

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

**DESIGN RECEPTIVO:
UMA PROPOSTA PEDAGÓGICA**

LUIZ SALOMÃO RIBAS GOMEZ

Florianópolis (SC)
Verão 1999/2000

LUIZ SALOMÃO RIBAS GOMEZ

**DESIGN RECEPTIVO:
UMA PROPOSTA PEDAGÓGICA**

Dissertação de Mestrado apresentada no Programa de Pós Graduação em Engenharia da Produção da Universidade Federal de Santa Catarina, na Ênfase em Gestão do Design e do Produto sob a orientação da Profa. Dra.Vera Lúcia Duarte do Valle Pereira, como exigência para obtenção do título de Mestre.

**Florianópolis (SC)
Verão 1999/2000**

LUIZ SALOMÃO RIBAS GOMEZ

**DESIGN RECEPTIVO:
UMA PROPOSTA PEDAGÓGICA**

Esta dissertação foi julgada adequada para a obtenção do Título de Mestre em Engenharia de Produção (Área de Concentração Gestão do Design e do Produto), e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção.

Prof. Ricardo Miranda Barcia, Ph. D.
Coordenador do PPGE

BANCA EXAMINADORA:

Vera Lúcia Duarte do Valle Pereira, Dra. – Orientadora

Hyppólito do Valle Pereira Filho, Ph.D..

Nelson Back, PhD.

Valério Cristofolini, M.Sc.

**Florianópolis (SC)
Verão 1999/2000**

“Não há necessidade de saber para onde você está indo. Não há necessidade de saber por que você está indo. Tudo o que você precisa saber é que você está indo alegremente, pois se você está indo alegremente, você não pode estar errado”.

(Osho)

Ao meu amor,

Silvia

e ao melhor acontecimento de minha vida,

Pedro Henrique.

AGRADECIMENTOS

À minha mãe Agra Lúcia pela correção gramatical e incentivo;

Ao meu pai Luiz Carlos pela cobrança e apoio emocional dado;

Aos meus irmãos pelos anos de admiração e amizade;

À minha orientadora Professora Vera Lúcia Duarte do Valle Pereira pela paciência e pelas

oportunidades que este mestrado me deram;

Aos meus alunos do curso de Design da Universidade do Vale do Itajaí, em especial ao Fábio

Roberto Guilherme, pelo apoio e incentivo;

Ao professor Valério Cristofolini pelas dicas de como começar de novo;

A todos os meus colegas que de alguma forma contribuíram para o sucesso deste trabalho.

SUMÁRIO

RESUMO.....	viii
ABSTRACT.....	ix
LISTA DE ABREVIATURAS.....	x
CAPÍTULO 1 – Introdução.....	01
1.1 Introdução.....	01
1.2 Objetivos.....	05
1.3 Justificativa.....	06
1.4 Estrutura da dissertação.....	07
1.5 Limites do trabalho.....	07
CAPÍTULO 2 – Design Profissão e Ensino.....	09
2.1 Aspectos Legais da Profissão.....	09
2.2 Retrospectiva Histórica de Mercado.....	10
2.3 Situação Atual e Futura de Mercado.....	11
2.3.1 Novos Paradigmas do Design.....	12
2.3.2 Design e o Mundo Atual.....	14
2.4 Design Receptivo.....	17
2.4.1 O Design Receptivo.....	18
2.4.2 A Ação do Design Receptivo.....	19
2.4.3 A importância do Design Receptivo.....	23
2.5 O Ensino do Design no Brasil.....	24
2.6 As Novas Diretrizes para o Ensino de Design no Brasil.....	27

CAPÍTULO 3 – Pesquisa Qualitativa Exploratória.....	32
3.1 Metodologia de Pesquisa.....	32
3.2 Questionário e Análise das Respostas.....	34
3.3 Análise dos Resultados.....	53
CAPÍTULO 4 – A Proposta.....	54
4.1 Proposta Curricular para o Curso de Design Receptivo.....	54
4.2 Currículo mínimo.....	55
4.3 Grade Curricular do Curso de Design Receptivo.....	56
4.4 Ementário e Projeto Pedagógico.....	57
CAPÍTULO 5 – Conclusão e Recomendações.....	76
5.1 Conclusões e Recomendações.....	76
5.2 Sugestão para Trabalhos Futuros.....	77
5.3 Considerações Finais.....	77
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	79
ANEXO I.....	84
ANEXO II.....	102

LISTA DE TABELAS

Figura 2.1 – Carga Horária Sugerida para Cursos de Design.....	31
Tabela 4.1 – Currículo mínimo do Conselho Federal de Educação para Curso Superior em Desenho Industrial.....	56
Tabela 4.2 – Proposta da Grade Curricular para o Iº Período.....	103
Tabela 4.3 – Proposta da Grade Curricular para o IIº Período.....	103
Tabela 4.4 – Proposta da Grade Curricular para o IIIº Período.....	104
Tabela 4.5 – Proposta da Grade Curricular para o IVº Período.....	104
Tabela 4.6 – Proposta da Grade Curricular para o Vº Período.....	105
Tabela 4.7 – Proposta da Grade Curricular para o VIº Período.....	105
Tabela 4.8 – Proposta da Grade Curricular para o VIIº Período.....	106
Tabela 4.9 – Proposta da Grade Curricular para o VIIIº Período.....	106
Tabela 4.10 – Proposta da Grade Curricular para o IXº Período.....	107
Tabela 4.11 – Proposta da Grade Curricular para o Xº Período.....	107

RESUMO

As novas tendências do mercado estão mudando o modo de pensar e de agir das empresas e das pessoas, a educação não pode perder esta oportunidade. A nova LDB (Lei de Diretrizes e Bases da Educação), aprovada pelo governo brasileiro, dá as Universidades uma liberdade vigiada para elaboração e desenvolvimento de seus cursos de graduação e pós-graduação. Essa liberdade provocou uma grande mudança no Ensino Superior do Brasil e as novas diretrizes curriculares para o ensino superior elaboradas pelas comissões de especialistas do MEC (Ministério da Educação), vão ao encontro com as novas tendências do mercado, deixando o ensino mais dinâmico e proveitoso para o acadêmico. O Design, sendo uma profissão moderna e que deve estar muito ligada ao mercado, não pode e nem deve ficar de fora dessas modificações, partindo logo para as reformas. Essas reformas são de caráter estrutural e funcional, para que elas aconteçam com propriedade devem estar calcadas numa interdisciplinaridade bem definida que, com certeza, trará benefícios não apenas para uma área de conhecimento mas, sim para várias profissões que agora estão tomando forma. O Turismo (mercado que mais movimenta recursos atualmente) precisa de apoio para continuar com suas inovações e melhorar cada dia mais os benefícios ao turista. O Design Receptivo, profissão nova e inovadora, pode servir de diferencial para as atividades turísticas, dando um aporte qualitativo, tecnológico e estético as necessidades do Turismo. No Brasil nunca se pensou em ensinar Design Receptivo na escola, porém essa necessidade se faz emergente na medida em que tanto Design quanto Turismo tem crescido como ensino e profissão.

ABSTRACT

The new market tendencies are changing the way of thinking and acting of companies and people and the education can't lose this opportunity. The new LDB (Law of Directrices and Bases of the Education), approved by the Brazilian government, gives to the Universities some controlled freedom for the elaboration and development of its graduation courses and masters degree. That freedom caused a great change in the Brazil's higher education and the new curricular guidelines elaborated by the MEC's (Ministry of the Education) specialists commissions are meeting the new tendencies of the market, transforming the act of teaching into a dynamic and profitable activity for the academic. The Design as a modern profession that must be very linked to the market, can't be out of those modifications, making these reforms as soon as possible. Those reforms are structural and functional and must be paved in a very defined interdisciplinarity to be successful, bringing benefits not only for a specific knowledge area but for several professions that are taking form now. The Tourism (the market that most moves resources nowadays) needs professional support to continue innovating and improving more benefits to the tourist. The Receptive Design, a new and innovative profession, can serve as diferencial for the tourist activities, giving a qualitative, technological and aesthetic contribution to the Tourism's needs. In Brazil, teaching Receptive Design in the school have never been taught, but as long as Design and Tourism are two areas that are growing both professionally and academic this is certainly a great need.

LISTA DE ABREVIATURAS

AEnD-BR – Associação de Ensino/Pesquisa de Nível Superior em Design do Brasil

AET – Análise Ergonômica do Trabalho

CAD – *Computer Aided Design*

CAE – *Computer Aided Engenering*

CAM – *Computer Aided Manufature*

CAPP – *Computer Aided Product Project*

CEEDesign – Comissão de Especialistas em Ensino de Design

CESB – Centro de Estudos Superiores Blumenauense

CN – Comando Numérico

CNE – Conselho Nacional de Educação

CONEDesign – Conselho Nacional de Estudantes de Design

COPPE-RJ – Centro de Pesquisa e Pós-Graduação em Engenharia

EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo

ENESD – Encontro Nacional de Ensino Superior em Design

ESDI – Escola Superior de Desenho Industrial

ETC – Escola Técnica de Criação

FAAP – Fundação Armando Alavares Penteado

FAU/USP – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo

FUMA – Fundação Universidade Mineira de Arte Aleijadinho

HfG – *Hochschule fur Gestaltung* / Escola Superior da Forma

IAC – Instituto de Arte Contemporânea

IBA – Instituto de Belas Artes

ICSID – *International Council Society Industrial Design*

JIT - *Just in Time*

LDB – Lei de Diretrizes e Bases da Educação

MAM – Museu de Arte Moderna

MASP – Museu Arte São Paulo

MEC – Ministério da Educação

P/B – Preto / Branco

PCP – Planejamento e Controle da Produção

PUC-PR – Pontifícia Universidade Católica - Paraná

SESu – Secretaria Especial de Ensino Superior

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

UDESC – Fundação Universidade do Estado de Santa Catarina

UFPB – Universidade Federal da Paraíba

UFPR – Universidade Federal do Paraná

UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina

UFSM – Universidade Federal de Santa Maria

UNIVALI – Universidade do Vale do Itajaí

UNIVILLE – Universidade da Região de Joinville

UTESC – União Tecnológica de Ensino de Santa Catarina

WEB – World Ethernet Busines

CAPÍTULO I

INTRODUÇÃO

1.1 Introdução

A Educação está mudando e a forma de se aplicar estas mudanças no ensino universitário está cada dia mais presente nas Universidades brasileiras. A nova Lei de Diretrizes e Base da Educação - LDB - deu à Universidade brasileira mais autonomia e liberdade para construir e implantar cursos de nível superior. Isto proporcionará à sociedade acadêmica muito mais oportunidades de ingressar em um curso superior com as características que estejam mais próximas de seus objetivos profissionais.

A revolução tecnológica e os novos paradigmas impulsionam a provocar uma reflexão sobre a mudança e a necessidade de arquitetar estratégias condizentes com as condições produtivas contemporâneas em todos os segmentos da sociedade. (Behrens, 1996 p.43).

Alguns cursos superiores fora dos convencionais estão hoje se destacando no mercado. Direito, Medicina, Engenharias, Odontologia, Arquitetura e Comunicação Social, cursos que anteriormente tinham maior procura entre os oferecidos pelas Universidades brasileiras estão perdendo espaço para profissões novas que fogem um pouco das tradicionais. Entre estas, pode-se citar o Design como profissão em franca expansão no mercado moderno.

Um dos principais motivos para esta mudança de paradigma é o avanço desenfreado dos meios de informação. Atualmente a globalização está modificando o mundo constantemente e a agilidade na busca e uso das informações está proporcionando a todas as pessoas mais oportunidades de se encontrarem profissionalmente. Há tempos atrás era pouco

provável que um jovem em idade de ingressar na Universidade tivesse informações sobre profissões como Design, Turismo, Lazer, Cinema, Ecologia, Marketing entre outras. Com esta melhoria no processo Busca X Resposta e o grande aumento de Universidades Regionais espalhadas por todo o país à mudança de paradigma foi eminente.

Com a autonomia dada às Universidades brasileiras através da nova LDB ficou muito mais fácil multiplicar a oportunidade de jovens ingressarem nas profissões que realmente têm vocação, sem seguir imposições familiares ou pré-conceitos da sociedade. Atualmente, com a crise mundial torna-se muito difícil um profissional se estabelecer qualquer que seja sua formação, porém se esta formação for feita com interesse e vocação, com certeza o formado terá muito mais competência para vencer.

Porém, a proliferação descontrolada de novos cursos superiores, sem a preocupação de mercado e educacional (formar simplesmente por formar), pode criar muitos problemas para aqueles que querem atuar no mercado com competência e seriedade profissional. Pensando nisto, o grupo de profissionais que pensam o ensino de Design no Brasil e que formam a AEnD-Br (Associação de Ensino/Pesquisa de Nível Superior em Design do Brasil) procuraram, dentro dos moldes colocados na LDB, criar, o mais rápido possível, diretrizes curriculares para cursos de Design.

Criar uma nova cultura não significa apenas fazer individualmente descobertas 'originais'. Significa especialmente difundir criticamente verdades já descobertas, 'socializando-as' e por assim dizer, fazê-las tornarem-se base de ações vitais e elementos de coordenação e de ordem intelectual e moral. O fato de uma multidão ser conduzida a pensar coerentemente e de modo unitário a realidade presente é um fato 'filosófico' bem mais importante e 'original' do que a descoberta de uma nova verdade por um gênio filosófico. (GRAMSCI, 1975, p 1377-1378 apud Educação: caminhos e perspectivas).

A partir da metade da década de 90 está havendo uma verdadeira explosão de cursos superiores em Design no Brasil. Porém, as novas tendências de Mercado e, conseqüentemente de Design, estão exigindo profissionais cada dia mais completos e, podendo parecer uma incoerência, mais especializados. Isto faz com que, se o número de

escolas aumenta também deve aumentar o número de habilitações e especializações para o profissional. A AEnD-Br juntamente com a Comissão de Especialistas em Ensino de Design (CEEDesign) do SESu/MEC através de seus Fóruns de Dirigentes de Cursos de Design no Brasil criaram vários documentos para direcionar esta especialização do Design já colocada nas Diretrizes Curriculares. A regionalização e as ênfases foram postas à prova.

O Design está cada dia mais presente no cotidiano das pessoas não só como forma de atuação - que já é milenar - mas também como o conceito (muitas vezes interpretado erroneamente) e a palavra propriamente dita. Isto tudo eleva o Design ao *status* de profissão ascendente e o seu profissional está deixando de ser um excluído ou substituído por Arquitetos, Artistas Plásticos, Publicitários, Engenheiros e até simples *micreiros*. Atualmente, cada vez mais, o mercado está exigindo a formação específica em Design para os profissionais que trabalham nesta área.

A nova LDB e a nova visão do mercado acabaram por justificar a proposta da CEEDesign e da AEnD-Br de regionalizar o ensino de Design no país. A começar pela mudança de nomenclatura de Desenho Industrial para Design e a profissionalização do ensino dando maior liberdade às instituições e criando diretrizes claras e objetivas para um ensino moderno e de qualidade, as alternativas com certeza vão melhorar, e muito, a formação dos futuros Designers.

Assim como o Design, o Turismo também está passando por um processo de profissionalização e cada dia mais a formação acadêmica está sendo exigida para profissionais que atuam nesta área. O Turismo, neste aspecto, se assemelha muito ao Design, pois dividia suas atribuições com profissionais graduados em outras áreas. Atualmente isto está mudando, e o mercado, assim como acontece no Design, está se preocupando em ter profissionais com formação específica em Turismo e Hotelaria. Porém, o campo de atuação do Turismo é muito grande e a formação dos profissionais para esta área se limita, e com razão, na administração e gestão do Turismo, da Hotelaria e do Lazer, não podendo se ocupar de funções mais específicas como desenvolvimento de produtos, programação visual, arquitetura, engenharia, gastronomia, saúde, entre outros.

Como o Turismo é a atividade econômica que mais cresce atualmente muitas profissões estão encontrando uma grande oportunidade de atuar com competência e tirar

proveito deste grande volume de investimentos que o Turismo movimenta. Porém, para que esta busca de mercado seja feita com competência, existe a necessidade da formação diferenciada aos profissionais que pretendam ingressar nesta área. Turismo é muito atípico e a formação do profissional que quer trabalhar com ele, através de outra profissão que possa dar-lhe suporte deve ser direcionada. Isto fica bem claro no momento em que se sabe que o mercado está cada dia mais exigindo profissionais competentes, completos e especializados.

Neste sentido, no Brasil, o ensino de Design saiu na frente ao propor em suas diretrizes um grande espaço para as ênfases regionais ou vocações da própria Universidade onde o curso está ou vai ser instalado.

Neste trabalho procura-se desenvolver uma proposta de curso de Design com habilitação em Design Industrial e Design Gráfico com ênfase em Design Receptivo, que é o Design que se envolve com o Turismo e as atividades que o cercam. Esta proposta existe porque a Universidade onde se pretende implantá-la tem, em um de seus Campus avançado, uma vocação, por estar situado em uma cidade eminentemente turística, voltada para o Receptivo.

O litoral norte catarinense tem um potencial muito grande para o Turismo, por suas belezas naturais e facilidades de acesso. Porém, com a profissionalização e invasão do Turismo, se esta atividade não for feita com competência e apoio de outros profissionais, pode criar muitos transtornos para a região, para o estado e até para a Nação. Com este potencial regional e a vocação da Universidade, a proposta de se criar um curso de Design Receptivo torná-se atraente e também facilitada pela estrutura posta à disposição.

Será apresentado aqui o Design Receptivo e sua associação com o Turismo, mostrando como ele pode contribuir para a profissionalização do mesmo. Também será mostrada a recíproca que o Turismo pode dar a Design.

Para montar um possível Currículo para o Curso de Design Receptivo na região do litoral norte catarinense, ouviu-se e analisou-se a opinião de profissionais de Design, Turismo e Marketing, todos ligados à educação e com grande conhecimento do mercado da região em questão. Estas opiniões foram levadas em conta para a elaboração de

uma proposta calcada em necessidades, objetivos e novas tendências do Turismo e do Design não só da região, mas também como do mundo globalizado.

A proposta de Currículo elaborada é o objetivo principal e sua comparação com as diretrizes propostas pela CEEDesign - SESu/MEC fecham o trabalho, mostrando como estas diretrizes podem ser aplicadas com possível sucesso.

1.2 Objetivos

O objetivo geral deste trabalho é desenvolver uma proposta curricular para um curso superior de Design dentro das novas diretrizes do MEC/SESu, que tenha como ênfase o Turismo. O curso de Design Receptivo (como é chamado) é proposto para ser instalado no Centro de Educação Superior II da Universidade do Vale do Itajaí, situado na cidade de Balneário Camboriú e que tem uma vocação para este tipo de ênfase.

Como objetivos específicos pode-se citar:

- Definir uma proposta de grade curricular para um curso de Design com ênfase em Design Receptivo;
- Estudar a relação do fenômeno Turismo com o Design;
- Definir estratégias para envolver o ensino de Design com as necessidades do Turismo;
- Realizar Pesquisa Qualitativa Exploratória objetivando uma proposta curricular para o ensino do Design Receptivo;
- Propor um estudo de novas formas de ensino de Design no país;
- Promover a melhoria na qualidade e na especificidade dos profissionais formados em Design no país.

1.3 Justificativa

Quando o MEC definiu a nova LDB (Lei de Diretrizes e Bases da Educação) em 1996 Houve muitas críticas e sugestões. Tanto as críticas como as sugestões mostraram que a LDB não estava completa, por isso a necessidade das pessoas envolvidas diretamente com o ensino apresentarem suas propostas.

A partir de 1997 o MEC, através da SESu e das comissões de especialistas promoveu debates e encontros com docentes e dirigentes de todas as especialidades de cursos superiores no país. O objetivo destes debates e encontros era criar as novas diretrizes curriculares para o ensino superior no país, trabalho muito bem desenvolvido pela CEEDesign e concluído em 1999 com a apresentação da versão final das Diretrizes Curriculares para o Ensino Superior em Design.

Muito se escreveu sobre o ensino de Design no país, porém, nunca para se propor uma forma de utilização para as novas diretrizes. Este trabalho se justifica à medida da necessidade de se demonstrar que as novas diretrizes podem ser implantadas com sucesso e à medida que a exigência do MEC tiver que realmente ser cumprida. Baseada nisto, qualquer instituição poderá propor um currículo dinâmico e dentro das necessidades do mercado.

Além disso, a profissionalização do Turismo abriu nichos de mercado que devem também ser aproveitados por outros profissionais. Como o Design também está em franca expansão, criar uma proposta de curso de Design Receptivo só vem de encontro com as necessidades do mercado e da ciência.

1.4 Estrutura do Trabalho

A dissertação está estruturada em cinco capítulos, sendo que o primeiro contém a introdução às tendências e propostas do novo ensino de Design no Brasil, os objetivos do trabalho, a justificativa e as limitações da pesquisa.

O segundo capítulo apresenta uma revisão bibliográfica sobre os assuntos Design, Ensino, Turismo e Design Receptivo. A principal função deste capítulo é definir quais os princípios do Design e como ele pode influenciar e ser influenciado pelas novas tendências de mercado, entre elas o Turismo. Também situar o ensino de Design através de seu passado e das novas diretrizes curriculares para o ensino superior colocadas pelo MEC/SESu procurando assim o seu futuro.

No terceiro capítulo se faz um estudo sobre uma pesquisa de campo realizada com um *grupo de decisores* de onze decisores que forneceram as informações necessárias para elaboração da proposta de currículo que é desenvolvida no capítulo seguinte.

A proposta de currículo baseada nas novas diretrizes curriculares do MEC/SESu é desenvolvida no quarto capítulo onde as informações obtidas através do *grupo de decisores* e as necessidades do Design são agrupadas e demonstradas em forma de grade curricular com ementas e propostas de ensino.

O quinto e último capítulo é destinado às conclusões e também às considerações finais com recomendações para novos trabalhos e antecede a bibliografia e os anexos.

1.5 Limites do Trabalho

As limitações da pesquisa devem ser devidamente esclarecidas, pois, devido à amplitude do estudo, muitos aspectos deixaram de ser considerados ou foram apresentados em realidades parciais. Estas limitações estão relacionadas a seguir:

- A proposta de formatar um currículo dentro das novas diretrizes curriculares fornecidas pelo MEC/SESu fixa-se apenas na ênfase do Design Receptivo não procurando ou propondo outras ênfases, que podem ser as mais diversas;
- O *grupo de decisores* utilizado para a pesquisa de campo restringe-se a profissionais que têm alguma relação com o litoral norte do estado de Santa Catarina ou com o ensino e profissão do Design no sul do Brasil;
- O Turismo é apresentado sob o aspecto de uma classificação específica não levando em consideração classificações menos significativas ou menos usuais para melhor definir o projeto pedagógico da proposta curricular; e,
- Foram levados em conta dados específicos do litoral norte catarinense e da Universidade do Vale do Itajaí o que dá mais especificidade ao trabalho. Porém, se utilizados dados referentes a outras regiões do país e a outras Universidades, o estudo também gerará resultados satisfatórios.

CAPÍTULO 2

DESIGN PROFISSÃO E ENSINO

2.1 Aspectos Legais da Profissão

O curso de Desenho Industrial é regido e norteado pelo parecer 62/87 (MEC / Secretaria de Educação Superior), que delibera sobre a proposta do currículo mínimo e a Resolução nº 2, de 16/06/87, que fixa os mínimos de conteúdo, duração e habilitações.

Nesta resolução as habilitações ficam caracterizadas em: Projeto do Produto e Programação Visual. Apesar da resolução do MEC reconhecendo a criação e o funcionamento de cursos com graduação em Desenho Industrial, a profissão de Desenhista Industrial, ainda se encontra em fase de regulamentação no Congresso Nacional. O Deputado Maurílio Ferreira Lima apresentou, em 1989, o Projeto de Lei nº 3.515, que regulamenta a profissão de Design (Desenho Industrial).

Em Novembro de 1997, durante o VII Encontro Nacional de Ensino Superior de Design, algumas recomendações foram feitas:

- Que a profissão hoje denominada como Desenho Industrial passe a ser nomeada apenas pelo termo Design e o profissional pelo termo Designer;
- Que o termo Design passe a ser acompanhado das denominações referentes às diferentes habilitações atualmente praticadas no país: Produto, Programação Visual, Interface, Interiores, Paisagismo, Moda e outras que venham a surgir, bem como ênfases, determinadas em função das vocações institucionais e regionais.

Com as modificações propostas têm-se a intenção de que o processo de regulamentação da profissão ande com mais rapidez e propriedade nas esferas superiores do Estado e se concretize logo Design como profissão e Designer como seu profissional.

2.2 Retrospectiva Histórica do Mercado

O mercado de trabalho do Desenhista Industrial - Designer é vasto e complexo. O profissional de Design trabalha envolvido com todas as outras profissões, pois para a realização de um trabalho, em qualquer uma de suas áreas de atuação, sempre tem necessidade de conhecer o seu cliente e o que ele vai precisar, o que sugere um processo de formação que identifique e organize estas características.

A área de atuação do Designer aumentou e se desenvolveu no Brasil após a metade deste século com a implantação de novas indústrias e com o surgimento do nacionalismo intenso que se desenvolveu a partir da década de 60. A necessidade de um profissional com as características regionais levou o mercado a exigir um Designer brasileiro. Muito mais do que isso, levou a exigir uma cultura nacional de Design.

Na década de 60 o Design brasileiro assume personalidade internacional por meio de manifestações específicas estéticas de objetos, mobiliários, tecidos, automóveis etc. Mesmo com a imposição do Design das nações mais desenvolvidas, o Design nacional, além de apenas sobreviver acaba se sobressaindo no mercado internacional, mostrando a qualidade de nossos Designers.

Com a fundação da Escola Superior de Desenho Industrial, a ESDI, em 1963, no Rio de Janeiro, a história do Design brasileiro tomou outro rumo: A formação universitária de Designers. Esta formação se faz necessária na medida em que a palavra “*DESIGN*” é muitas vezes aplicada de forma errônea e sem nenhum arcabouço educacional. Exemplos claros disto são encontrados no cotidiano: “Hair Designer” (cabeleireiro), “Children’s Party Designer” (festeiro), entre outros.

A partir da ESDI muitas outras Faculdades de Design se formaram no Brasil. Isto fez com que a profissão entrasse em fase de reconhecimento. A formação superior de profissionais de Design mostra a importância desta profissão para o desenvolvimento tecnológico e social da nação.

O Brasil, por suas dimensões continentais e suas especificidades regionais, proporcionou uma escola bem diversificada de Design. As intensas e marcantes características regionais do Brasil de hoje, que apesar de nação unida por uma língua apresenta necessidades regionais específicas, justifica por si só a necessidade de um desenho brasileiro multifuncional articulado às necessidades de um mercado globalizado, altamente qualificado e especializado.

Com o aumento das exigências de qualidade nos produtos e serviços pelo mercado, fica inerente a necessidade de um profissional de Design em todas as esferas de comércio, indústria e serviço. Onde existir a necessidade da criação de sistemas de objetos e elementos que operacionalizem e facilitem as tarefas humanas haverá a necessidade deste profissional adequadamente preparado.

2.3 Situação Atual e Futura do Mercado

Em seu livro a busca do UAU, Tom Peters (1997) coloca 142 definições curtas sobre o que é Design. Entre elas destacam-se as seguintes: “200.000 coisas diferentes para 200.000 pessoas diferentes”, “a coragem para jogar fora um produto vencedor de hoje quando você tem uma idéia melhor”, “uma atitude de respeito à vida”, “coisas que você pode sentir, mas não ver”, “conscientizável”, “não dispendioso”, “**ENGENHARIA METICULOSA**”, “eterno”, “harmonia”, “mecânica”, “vale uma fortuna”, “durável”, “discernível num instante”, “**TUDO**”. Com esta grande e variada gama de definições constata-se a real importância do Design no desenvolvimento de qualquer produto, custando este US\$1,00 ou US\$ 1 milhão.

Existe a necessidade de se colocar Design como o carro chefe do “Desenvolvimento (Ecologicamente) Sustentado”, que é nada mais do que uma forma de aliar as mais modernas tecnologias existentes com o apelo da proteção e conservação do meio ambiente. O “Desenvolvimento Sustentado” vem para mostrar ao Designer a sua função na

sociedade atual e futura, de trabalhar de forma a criar serviços e produtos que, apesar de modernos, tenham um aspecto ambiental favorável.

Cada dia que passa, o aumento das tecnologias é maior, tanto no aspecto de qualidade como no de quantidade. A todo momento estão sendo feitas descobertas de novos materiais ou situações que vêm para melhorar a vida da Humanidade.

Toda esta revolução tecnológica tem contribuído para as novas tendências do Design que estão em discussão por todo o mundo. Estas novas tendências trazem novas áreas de atuação para o profissional de Design, que tem como formação uma visão aberta e receptiva para os avanços da humanidade. O Designer tem a responsabilidade de procurar, de todas as maneiras, encontrar soluções agradáveis e sensatas para um “Desenvolvimento Sustentado”.

2.3.1 Novos Paradigmas do Design

“Se funciona, ... está obsoleto” com esta frase, Burrus & Gittines (1994) definem qual deve ser a principal forma de atuação do Designer: *Atuar em tempo real*, ou seja, não perder tempo com pesquisas demoradas, as quais eram o ponto mais importante na elaboração de um projeto. É evidente que o erro faz parte do processo de criação de um novo produto ou serviço, mas o Designer usando sua experiência acumulada opta, na maioria das vezes, pela solução mais coerente e agradável. Em algumas áreas de atuação em Design, como na construção civil (arquitetura de exteriores), a oportunidade de se trabalhar em tempo real é mais difícil, porém o Designer deve encontrar a melhor maneira de desenvolver o projeto dentro deste paradigma. O Designer deve estar sempre em dia com os acontecimentos tecnológicos para poder trabalhar sempre com o que for mais atraente ao mercado do momento, “Se não é importante hoje, não será importante daqui a cinco anos”, (Cher, atriz norte-americana, in: Popcorn, 1996). Para atuar neste sentido o Designer deveria ser múltiplo, como isso é praticamente impossível, ele deve trabalhar em associação com outros profissionais da área de projetos, isto é chamado de Engenharia Simultânea. Para que isso aconteça deve haver uma interação completa entre todos os profissionais de Projeto.

Algumas outras tendências são citadas por Faith Popcorn em seu livro *CLICK* (1996). Neste livro são citados, entre outros, o “Encasulamento” (as pessoas tendem a ir para dentro de casa), a “Formação de Clãs” (pessoas com algo em comum estão se reunindo para atuarem juntos em prol de alguma coisa), a “Revanche do Prazer” (fazer coisas que gosta sem ficar ressentido), as “Pequenas Indulgências” (fazer pequenas coisas proibidas ou proibitivas) e o “Viver”, a “Volta ao Passado” e “S.O.S. (Salve O Social)” (todas estas envolvendo os meios de vida e o ambiente em que vivemos). Desta forma, o Designer e todas as pessoas envolvidas no processo de desenvolvimento de um projeto devem procurar desenvolver sua criatividade, em cima destes novos conceitos que o mercado está impondo.

Dentro destas novas tendências, o Designer deve procurar um modo de atuação definitivo no qual projetará sempre com a preocupação de se preservar a individualidade das comunidades regionais. Cada povo tem suas especificidades, sua cultura, seus aspectos religiosos e suas necessidades específicas e a Globalização está, muitas vezes, esquecendo-se de que as comunidades locais compram e usam seus produtos, por isso o ICSID (International Council Society Industrial Design) em sua publicação *Aldeia Humana* (1995), sempre usa o ser humano e o ambiente onde ele vive para determinar como o Designer deve trabalhar. A *Aldeia Humana* é a forma mais sensata de se desenvolver o Design deste mundo que busca freneticamente a globalização. Nela o ser humano é tratado como um indivíduo único e com preocupação com o seu modo de vida, suas especificidades, seus aspectos de convivência com as pessoas que o cercam e, principalmente, com o seu ambiente de vida.

A *Aldeia Humana* fala que o desenvolvimento deve ser: “- Sustentável sem um colapso repentino e incontrolável; e capaz de satisfazer as exigências materiais básicas de todos os seus povos”. Isto significa dizer que o Designer deve se preocupar com as especificidades regionais e suas culturas, para não correr o risco de desenvolver produtos que sejam Globais, porém sem apelo local e se tornem produtos que apenas cumpram sua função tecnológica sem ter aspectos ambientais levados em conta. Aqui se define como paradigma a criação de produtos e serviços com a *valorização da cultura local e que busquem ser ecologicamente conscientes*.

Outro aspecto que a *Aldeia Humana* leva em consideração é a *Cooperação em detrimento da Competição*. Neste aspecto a Engenharia Simultânea deve ser levada em consideração, pois é a *colaboração* entre Designers, engenheiros, pessoal de Marketing e

todas as pessoas envolvidas no desenvolvimento de um novo produto ou serviço. Também a colaboração entre empresas deve ser considerada, as associações de empresas locais com empresas Globais podem e devem ser estimuladas. As empresas regionais conhecem muito bem o seu mercado, seus consumidores e seu modo de vida, conhecem também as especificidades locais como o meio ambiente, agentes poluidores e toda a biodiversidade regional. Já as grandes empresas Globais dominam a tecnologia e, quando bem aplicada com a cooperação dos conhecimentos regionais, pode gerar além de bons produtos e serviços, uma boa imagem para a empresa.

Conhecendo estas, que são algumas das novas tendências, ou também chamadas de novos paradigmas do Design, pode-se pensar em como o Designer deve trabalhar para se adaptar às novas tecnologias sem esquecer-se do meio ambiente.

2.3.2 Design e Mundo Atual

A regulamentação de projetos, com a criação da ISO 14.000, está mostrando uma nova concepção para o Design. A partir desta regulamentação e de muitas outras que estão surgindo, as empresas que quiserem ser fornecedoras de países que se preocupam com o “Desenvolvimento Sustentado” devem se adaptar e começar urgentemente a pensar, em seus projetos, como produzir sem agredir. A preocupação não deve se restringir apenas aos processos de produção, mas também a toda vida útil do produto ou serviço, chegando até, e muitas vezes, principalmente, ao seu descarte.

A preocupação do Designer com o “Desenvolvimento Sustentado” deve levar em conta, primeiramente, o “Desenvolvimento Social”. Galbraith (1996) afirma: “Com o desenvolvimento econômico, a ação e a regulamentação sociais tornam-se mais importantes mesmo à medida que o socialismo, em seu sentido clássico, torna-se irrelevante”. O meio ambiente, socialmente falando, é a casa de todos os consumidores em potencial, se as diferenças sociais forem levadas em conta na hora da concepção de um projeto, com certeza estar-se-á projetando algo Sustentável.

Quando o Designer desenvolve o projeto de um produto ou serviço de caráter global, os aspectos regionais devem ser levados em conta, como já dito anteriormente. O

Designer deve indagar o porquê e para que de projetar um produto ou serviço, e, talvez até sugerir uma modificação expressiva na origem do problema, usando sempre o Desenvolvimento Sustentado como ferramenta. Horst e Zweers ressaltam, em seu artigo, a preocupação com a reciclagem dos materiais que o produto ou serviço deve apresentar para ter um descarte Ecologicamente Sustentado.

Esta, porém, é “uma faca de dois gumes” pois, reciclar é importante para a preservação e continuidade da espécie humana, porém até que ponto a reciclagem consegue ser ecologicamente correta? Um exemplo claro disso foi o projeto desenvolvido por um grupo de Ecologistas da Europa, que criou uma empresa para recolhimento, lavação e entrega de fraldas de pano, por preço inferior ao das fraldas descartáveis, para mães e pais que decidissem optar pela criação “Ecologicamente Correta” de seu bebê. Por algum tempo este grupo conseguiu realizar o trabalho com sucesso, porém descobriu-se que fraldas de pano utilizam cerca de 60 por cento mais de água e criam um volume muito maior de poluição da água que fraldas descartáveis. Mas as descartáveis geram sete vezes mais lixo e usam mais energia. O que é mais importante, conservar a água ou minimizar o lixo? Em uma área em que a água seja escassa, a decisão pode favorecer as descartáveis. Onde locais para aterro sejam difíceis de achar, as fraldas de pano podem ser mais viáveis. Até que ponto reciclar papel é mais ecologicamente correto do que se fazer reflorestamentos?

Para responder a estas perguntas é que o Designer deve pensar em como desenvolver produtos e serviços, social e ecologicamente corretos. Projetar para o Meio Ambiente é a preocupação mais imediata do Designer moderno. A globalização e o incremento veloz de novas tecnologias levam o Designer a ter sua função cada dia mais valorizada, devido ao diferencial de sua criatividade. Nem todas as ferramentas para o “Desenvolvimento Sustentado” estão à vista das pessoas envolvidas no projeto. A função do Designer consiste em buscar, conhecer e orientar estas ferramentas para a melhor forma de utilizá-las.

Conhecendo, pelo menos, alguns dos “novos paradigmas do Design”, pode-se chegar à conclusão de que a necessidade primordial da humanidade é a colocação de cada coisa em seu devido lugar. O Designer deve, a partir do conhecimento destes novos paradigmas e seus objetivos, trabalhar de forma “Ecologicamente Sustentável”. As necessidades locais devem compactuar-se com as necessidades Globais na criação de novos

produtos e serviços, de forma que estes consigam contribuir para a mais emergente das necessidades: “Conservação do Meio Ambiente”.

A grande preocupação com o “Desenvolvimento Sustentado” é que está, na verdade, mudando o Design. A necessidade de se criar produtos e serviços com preocupações ambientais e, principalmente, regionais, está levando o Designer cada dia mais, a buscar a qualidade de vida dos possíveis usuários destes produtos e serviços.

A principal conclusão a que se chega, ao deparar-se com as afirmações aqui expostas, é de que o Mundo está mudando, e mudando bem mais rápido do que se possa imaginar. O ser humano, que é o objetivo principal e o principal organizador das mudanças que estão ocorrendo, deve preocupar-se com o ambiente em que vive, ou então suas reservas e seus subsídios podem acabar e proporcionar um fim trágico para a humanidade.

Com estas afirmações pode-se garantir que o Designer tem função importante para a preservação da espécie humana. Atualmente todas as preocupações projetuais, que é a principal forma de atuação dos Designers, devem estar voltadas para o “Meio Ambiente”.

Santa Catarina é um dos estados brasileiros mais desenvolvidos e com melhores índices gerais de qualidade de vida. Apesar das dificuldades, é um modelo para o Brasil. Sua posição estratégica política e social transforma este estado em importante pólo nacional, principalmente para o Mercosul.

O Vale do Itajaí, com seus excelentes índices de produção industrial, possui uma força econômica e cultural única em toda a América do Sul. A massa de consumidores do Vale soma cerca de 1.2 milhões de pessoas, a maioria vivendo em áreas urbanas. As cidades respondem por mais de $\frac{1}{3}$ do poderio econômico de Santa Catarina, possuindo o 2º maior pólo têxtil do mundo com 600 unidades fabris empregando cerca de 600 mil pessoas.

A região revela-se como um promissor pólo de trabalho, pesquisa e consumo para um profissional habilitado em Desenho Industrial. A abertura de mercados globalizados exige profissionais especializados e conscientes de sua função sócio-cultural.

2.4 Design Receptivo

O Turismo é um fenômeno social muito antigo, anterior mesmo a sua denominação, que foi criada no século XVIII quando jovens aristocratas ingleses faziam, acompanhados de seus preceptores, uma viagem de estudos denominada “*O Grand Tour*”, que além de conferir o diploma aos estudantes lhes dava um significativo status social.

Porém, desde os primórdios da existência do homem já se fazia algo parecido com Turismo. Os seres humanos por natureza procuram formas para se divertir ou livrar-se do stresse do cotidiano e quando, por algum motivo afastam-se de seu local de moradia viajando para outras localidades estão fazendo alguma espécie de Turismo. Mesmo o homem das cavernas quando saía de suas paragens para buscar novos conhecimentos ou apenas para tomar um banho em algum rio diferente do que estava próximo a sua morada, já estava fazendo Turismo.

Num passado, que não é tão remoto assim, o Turismo era considerado uma hostilidade e os forasteiros (como eram chamados os turistas) provocavam temor nos nativos. Havia sempre a suspeita de que estes forasteiros chegavam aos locais de passeio para destruir a cidade, se embriagar, provocar as pessoas, sujar e depois ir embora sem deixar nenhum lucro aparente para os nativos. Esta idéia mudou e hoje as cidades se preparam para receber cada vez melhor os forasteiros, hoje chamados de turistas e considerados hóspedes pelos hoteleiros, viajantes pelos transportadores, fregueses pelos comerciantes, clientes pelos agentes de Turismo e Viagens e ainda de forasteiros pelos policiais.

O local que recebe o turista é chamado de Receptivo. Alguns autores consideram somente receptivos países alheios ao de origem do turista, mas as definições mais modernas citam que Receptivo pode ser qualquer lugar de destinação turística. Então, sempre que se trabalha com a forma de receber pessoas para momentos de diversão, lazer ou mesmo negócios e estudos pode-se dizer que se está trabalhando com RECEPTIVO.

2.4.1 O Design Receptivo

Segundo Andrade, o produto turístico é um composto de bens e serviços diversificados e essencialmente relacionados entre si, tanto em razão de sua integração com visitas ao atendimento da demanda quanto pelo fato de unir os setores primários, secundários e terciários.

O Turismo foi e ainda é considerado uma indústria. Se assim o fosse, estaria colocado no setor secundário que é o da transformação. Assim como o Design, que foi por muito tempo esquecido no setor secundário e preocupado somente com a produção de bens duráveis e em larga escala. Atualmente as duas profissões, tanto Turismo como Design estão se afirmando como também participantes do setor terciário.

Produtivo e dinâmico, o Turismo se aproveita, de maneira intensiva e permanente, de todo o potencial dos recursos naturais sem esgotá-los, e também dos recursos e riquezas criados, propiciando todos os meios possíveis para conservá-los e valorizá-los tanto quanto o possível, na medida das necessidades e das conveniências de sua operação (Andrade, 1998 p. 99).

O Design é importante. Vital. Certamente para produtos, mas, paradoxalmente, ele é ainda mais importante para serviços (Peters, 1997 p. 23).

O fato turístico é sempre único e diferenciado e as novas tendências do Design também o levam para esta definição. Apesar dele ainda estar muito ligado com a indústria, deve-se levar em conta que cada vez mais a exclusividade e as pequenas indulgências (Popcorn) estão transformando o modo de agir dos Designers.

O Design trabalha muito bem os aspectos estético formais dos produtos e também dos serviços, tendo como base aspectos de marketing, ergonomia, sociologia, fabricação, entre outros. Isto leva-se a descobrir a sua importância nos procedimentos e funções do Turismo. O Design pode muito bem trazer inúmeros benefícios à “indústria” do Turismo e, quando isto é praticado diz-se que se está fazendo DESIGN RECEPTIVO.

Uma definição clara do que é Design Receptivo poderia ser dita da seguinte maneira: Design Receptivo é a vocação do Design para a indústria da recepção de pessoas para fins de passeio, lazer, trabalho ou estudo, que envolve, com grande propriedade, todos os objetos de ação do Turismo, da Hotelaria, do Lazer e das demais atividades que envolvam o bem estar de pessoas fora de sua cidade ou local costumeiro de residência.

2.4.2 A Ação do Design Receptivo

O Turismo pode conter diversas classificações. Andrade (1998) demonstra três formas de classificação em seu livro *Turismo, Fundamentos e Dimensões*. Uma das classificações de Andrade será utilizada para melhor demonstrar as possibilidades de atuação do Design nas mais diversas situações turísticas. A exemplificação que segue, coloca apenas algumas das situações em que o Design pode, seguindo seus novos paradigmas, apoiar a “indústria” do Turismo. Sendo que milhares de outros exemplos podem ser acrescentados.

As Modalidades de Turismo

- Turismo interno

O conjunto de atividades especializadas de natureza turística acionado, de modo particular ou pleno, por habitantes de determinado país, que viajam, se hospedam e usufruem de serviços específicos, sem deixar o território nacional, denomina-se *Turismo interno* ou *Turismo doméstico*, *Turismo interior*, *Turismo nacional* (Andrade, 1998 p. 50).

Uma das principais novas tendências do Design é a regionalização. Apesar do mundo estar, cada dia mais globalizado, o cliente regional é muito importante e o Design pode fazer muito para, conhecendo sua própria cultura, criar argumentos que incrementem a demanda turística interna. Um exemplo claro disso é a participação de Designers nas campanhas de incentivo ao Turismo interno (conheça seu país antes de conhecer os outros).

Muitos países preocupam-se com seu Turismo interno, o que não é o caso do Brasil que exporta muitos turistas e isso pode ser considerado um saldo negativo na balança comercial, pois exportar Turismo é o mesmo que importar produtos e serviços.

- Turismo externo

Por *Turismo externo* entende-se o conjunto de atividades turísticas exercidas por cidadãos que ultrapassam, ou viajam além do território do país de sua residência em direção a um ou mais países Receptivos, onde, temporariamente, consomem bens e serviços no atendimento de suas necessidades ou conveniências. Também é chamado de *Turismo ativo* (Andrade, 1998 p.51).

Para se exportar turistas é necessário uma boa estrutura de meios de transporte e de locais adequados para este transporte, com equipamentos urbanos confortáveis e de boa qualidade. Aeroportos, portos e estações de ônibus e trens devem estar adequados para bem servir o turista em sua possível espera pelos meios de transporte. O Design faz com muita propriedade, por ter estudos claros de ergonomia, fabricação e estética além de outros, móveis e equipamentos que melhoram a vida dos turistas.

Apesar de não ter sido citado anteriormente, o desenvolvimento de equipamentos de viagens adequados ao Turismo, como malas, mochilas, sacolas, bolsas e outros, fazem parte da bagagem de qualquer classificação de Turismo e são desenvolvidos por profissionais do Design.

- Turismo Receptivo

O Turismo interno e o externo dizem respeito ao núcleo emissor dos visitantes ou, com outras palavras, à sua origem e ao seu destino. Mas o local que acolhe os visitantes denomina-se *Receptiva*.

O complexo nacional de bens e serviços utilizados ou utilizáveis para o exercício de relações turísticas Designa-se pelos termos *Turismo Receptivo*, *Turismo de oferta* e *Turismo passivo* (Andrade, 1998 p. 52).

O Turismo Receptivo necessita da atuação do Design em todas as suas formas. Desde o aspecto estético formal até a parte cognitiva, passando pela ergonomia, tecnologia, cultura e outras mais tendências do Design contemporâneo. Desde a criação de equipamentos urbanos, como na programação visual de cidades turísticas, no desenvolvimento de novos equipamentos de lazer e diversão, no mobiliário de hotéis e restaurantes, o Design está sempre presente na qualidade do Receptivo.

Cada Receptivo tem suas características próprias e o Design deve se aproveitar destas características para desenvolver produtos e serviços capazes de atender às motivações da demanda e com equivalência ao apresentado, através do Design gráfico, nas mensagens promocionais e nas campanhas de venda.

- Turismo intermediário

Embora os autores e especialistas não classifiquem a modalidade, o *Turismo intermediário* existe e se manifesta, de modo patente, sistemático e permanente nos logradouros que se situam entre pólos emissores e receptores de reconhecida importância, quer por suas dimensões populacionais, quer por atrativos importantes a níveis nacional e internacional (Andrade, 1998 p.53).

Os logradouros que estão no meio do caminho entre grandes pólos emissores e receptores turísticos, tem um único objetivo: Conquistar o turista que está de passagem. O Design tem uma função muito importante neste tipo de localidade. A beleza arquitetônica e urbanística das localidades intermediárias podem conquistar o turista e o Design pode proporcionar, através de qualidade de sinalização, programação visual agradável em hotéis, parques, restaurantes e demais locais turísticos, bons equipamentos urbanos e venda da imagem local, uma estada mais longa deste turista intermediário.

Muitas cidades com o passar do tempo deixam de ser apenas passagem para se transformar em Receptivos de grande potencial. Porém, se não se prepararem com qualidade e apresentação podem continuar sendo sempre um “estamos chegando”.

- Turismo quantitativo

O Turismo quantitativo é considerado por peritos e especialistas costumeiramente apenas como resultado de procedimentos contábeis e estatísticos. Ele pode ser dividido em dois grandes grupos: O Turismo de elite e o Turismo de massa.

O Turismo de elite, ou Turismo de minorias, se caracteriza pelo maior conforto das programações e dos serviços e pela seletividade decorrente das motivações de viagens ou do poder econômico e financeiro, que levam os gastos maiores e propiciam maior seleção de alternativas ou opções, de acordo com a vontade a determinação do turista e não conforme as discriminações dos pacotes e os desejos dos agentes de Turismo e viagens, cuja principal tendência consiste em viabilizar o aumento de seus lucros pelo volume não pela qualificação da clientela (Andrade 1998, p.55).

Neste tipo de Turismo, a atuação do Design Receptivo se torna imprescindível, não que ele seja menos importante em outras modalidades de Turismo, mas aqui o turista tem um argumento muito importante para usufruir de todas as oportunidades que o Design pode oferecer, o dinheiro. O Design, desde um simples artigo de recordação até equipamentos caríssimos de viagem como grandes camionetes ou mobiliário de hotéis de luxo passando por arrumação de pratos e programação visual de parques e cidades turísticas, pode desenvolver produtos e serviços que geram lucro tanto às cidades como ao comércio turístico.

As novas tendências do Design o levam cada dia mais à profissionalização e à personalização e se os clientes tiverem possibilidade de investimento fica muito fácil atender suas necessidades. Por isso, o Design trabalhando com a elite pode proporcionar muita qualidade aos turistas e retorno à indústria do Turismo.

O Turismo de massa, também chamado de Turismo de maiorias ou Turismo de maiorias ou Turismo de burguesia, se efetua através dos representantes das classes médias assalariadas e de empresários de médio e pequeno portes, com os frutos de seus salários ou os rendimentos de seu limitado capital (Andrade 1998, p.56).

- Turismo alternativo

Campismo

O campismo é uma modalidade turística e desportiva que consiste na estada ao ar livre, com os equipamentos necessários à segurança do repouso, da alimentação e da higiene, mas sem as especificidades dos recintos e dos serviços dos estabelecimentos de recepção e hospedagem tradicionais e comerciais (Andrade 1998, p.58).

Albergues da juventude

Criados para atender aos objetivos do Turismo social, os albergues da juventude são centros ou locais de recepção e hospedagem para seus associados, hoje sem discriminação de faixa etária (Andrade 1998, p.59).

Além das Modalidades de Turismo, Andrade também classifica o Turismo de outras duas maneiras:

- Os Tipos de Turismo; e,
- As formas de Turismo.

Estas duas classificações também são muito usadas, porém são apenas variações de como se pode agir quanto às modalidades de Turismo já expostas. Em qualquer uma destas classificações, o Design pode e deve atuar com propriedade no objetivo de melhorar a qualidade do Turismo.

2.4.3 A Importância do Design Receptivo

Gui Bonsiepe (1997), em seu livro *Design do material ao digital*, reinterpreta uma definição de Design em sete caracterizações ou teses como ele mesmo coloca:

- Design é um domínio que pode se manifestar em qualquer área de conhecimento e **práxis humana**.
- O Design é orientado ao futuro.
- O Design está relacionado à inovação. O Ato projetual introduz algo novo no mundo.

- O Design está ligado ao corpo e ao espaço, particularmente ao espaço retinal, porém, não se limitando a ele.
- Design é ação efetiva.
- Design está linguisticamente ancorado no campo dos juízos.
- Design se orienta à interação entre usuário e artefato. O domínio do Design é o domínio da “interface”.

Partindo das teses colocadas por Bonsiepe e sabendo que administração moderna está cada vez mais voltada para o Design, pode-se dizer que o Design é muito importante e está presente nas mais diversas atividades produtivas que o ser humano executa, porém, deve-se ter muito cuidado para não generalizar.

Porém, nem tudo é Design e nem todos são Designers. O termo “Design” se refere a um potencial ao qual cada um tem acesso e que se manifesta na invenção de novas práticas da vida cotidiana (BONSIEPE, 1997 p 15).

O Turismo é ávido pelos benefícios que o Design pode lhe trazer e isso se torna cada dia mais evidente desde na recepção de hotéis até em restaurantes de postos de beira de estrada, passando por parques temáticos (que “explodem” em cada canto do mundo) e pela simples diagramação do cardápio de um bar na beira de uma praia semi-deserta.

Conhecendo estas necessidades fica evidente que a profissionalização do chamado Design Receptivo está cada dia mais próxima de se tornar, se ainda não o é, uma das mais prósperas formações de Designer pelo mundo todo.

2.5 Ensino do Design no Brasil

A história do ensino do Design é muito conturbada. Segundo Fontoura(1997), desde 1951 quando o concretista Max BILL visita o Brasil para proferir uma palestra a respeito da Arte Concreta e Design, começa-se a pensar no ensino de desenho industrial no País. Primeiramente como um curso livre no Museu de Arte Moderna no Rio de Janeiro.

No MASP em São Paulo, em 1950, no IAC (Instituto de Arte Contemporânea) já se tinha um curso baseado nos conceitos internacionais de Design, mas apenas o circuito de intelectuais e artistas tinha acesso a estes cursos. Por isto, nenhum dos cursos, nem o de São Paulo tampouco o do Rio de Janeiro conseguiram apoio do governo e da indústria para irem à frente.

A Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo-FAU/USP, no início dos anos 60, inclui no seu curso algumas disciplinas que davam formação de Desenho Industrial aos estudantes que faziam o curso de Arquitetura. Esta intenção da FAU/USP de dar habilitação aos Arquitetos por ela formados, apesar do MEC não reconhecer esta habilitação, permanece até hoje.

O corporativismo e a supremacia numérica dos arquitetos não permitiu que Designers chegassem à direção da instituição e fosse dada maior ênfase à seqüência Desenho Industrial. Com isso, o número de horas/aula destinadas ao Design (4 por semana) demonstrou ser insuficiente para a formação profissional em Design, constituindo somente um núcleo de disciplinas informativas (Niemeyer, 1995, p 92 e 93).

No MAM-Rio de Janeiro foi criada também uma escola que seria chamada de ETC – Escola Técnica de Criação e teria status de curso superior, mas a falta de recursos financeiros fez com que a escola não tivesse continuidade.

Muitos dos alunos do MASP e do MAM acabaram virando bolsistas (alunos) da HfG de Ulm (Alemanha), que foi a principal fomentadora do Design na Europa pós-guerra. Na sua volta da Europa estes entusiastas do Design começaram a discutir a idéia de se criar uma verdadeira escola superior de ensino de Design no Brasil. Na época o lugar mais propício para que isso acontecesse era na capital da República e no início dos anos 60 foi criado no IBA – Instituto de Belas Artes do MAM/Rio de Janeiro uma possível Escola de Desenho Industrial que depois acabou se transformando, em 1962”, na Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI. (Fontoura, 1997 apud)

A ESDI então foi considerada a primeira escola de ensino superior em Design no Brasil. Algumas controvérsias existem; a FUMA - Fundação Universidade Mineira de Arte

Aleijadinho, até hoje reivindica a condição de ser a primeira escola, porém na época em que a ESDI foi fundada, o curso de Desenho Industrial da FUMA não tinha status de curso superior.

A partir de 1963 começaram então a surgir escolas de Desenho Industrial em diversos estados do país. Em São Paulo a Escola de Belas Artes e a FAAP - Fundação Armando Álvares Penteado, no Paraná a UFPR - Universidade Federal do Paraná e a PUC-PR - Pontifícia Universidade Católica do Paraná, no Rio Grande do Sul a UFSM - Universidade Federal de Santa Maria e na Paraíba na UFPB - Universidade Federal da Paraíba em Campina Grande (Fontoura, 1997 apud)

Nos próximos anos mais algumas escolas começaram a ser implantadas no país, a maioria nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro. E até meados da década de 90, segundo o MEC, eram em torno de 25 escolas.

Porém, com o crescimento da consciência da importância do Design e também com o apoio da indústria, que vê no Design o seu principal diferencial de qualidade, começam a surgir escolas de Desenho Industrial em todo lugar e até o final da década acredita-se que serão mais de setenta no país.

Um exemplo claro disto é o estado de Santa Catarina que até 1996 não tinha nenhum curso de Desenho Industrial e antes do final deste trabalho já contava com 5 escolas em funcionamento. São elas por ordem de início das atividades:

- Curso de Desenho Industrial com habilitação simultânea em Projeto do Produto e Programação Visual da UDESC – Universidade do Estado de Santa Catarina;
- Curso de Desenho Industrial com habilitações separadas em Projeto do Produto e Programação Visual da UNIVILLE - Universidade de Região de Joinville;
- Curso de Desenho Industrial - Design com habilitação em Projeto do Produto e opcionalmente em Programação Visual da UNIVALI – Universidade do Vale do Itajaí, que tem na sua ênfase em Design Receptivo objeto de estudo deste trabalho;
- Curso de Desenho Industrial com habilitações separadas em Projeto do Produto e Programação Visual da UDESC - União Tecnológica de Ensino de Santa Catarina;

- Curso de Comunicação e Expressão Visual da UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina;
E duas escolas com atividades previstas para o início do ano 2000:
- Curso de Design com habilitações separadas em Projeto do Produto e Programação Visual das Faculdades Barddal; e,
- Curso de Desenho Industrial com habilitações separadas em Projeto do Produto e Programação Visual do CESB - Centro de Estudos Superiores de Blumenau.

Essa proliferação de escolas de Design no país justifica qualquer estudo que venha contribuir para a criação de diferenciais entre elas. Dentro das novas diretrizes curriculares do MEC para o Ensino Superior em Design a criação de ênfases e que dará esse diferencial entre os cursos.

Este trabalho, que propõe a criação de um currículo para um curso de Design com ênfase em Design Receptivo, vem demonstrar uma das possibilidades de diferenciação entre as dezenas de cursos que estão surgindo a cada ano no Brasil.

2.6 As Novas Diretrizes para o Ensino de Design no Brasil

Nos anos de 1997 e 1998, dirigentes, professores e estudantes de Design de todo o país se reuniram em Fóruns para discutir os novos paradigmas do ensino de Design no Brasil. Nestas reuniões foram debatidas as novas tecnologias, as novas formas de ensino, a nova LDB, as mudanças culturais, o cotidiano e também lembrado o passado do Design.

O primeiro Fórum de Dirigentes de Cursos de Design foi realizado em Recife com a participação de 22 instituições de ensino superior e mais associações de classe. No segundo Fórum, realizado em Curitiba, já estavam presentes 23 instituições de ensino superior, associações de classe e, também nesta reunião havia representação de estudantes através de seu conselho de representantes, o CONE Design.

“Nestes dois Fóruns foram tratados prioritariamente temas relativos a:

Atualidade do currículo mínimo de Desenho Industrial; Pedagogia do Design; Pós-graduação em Design no Brasil; Pesquisa e Pós-graduação e Diretrizes curriculares para ensino de Design” (CEEARTS/SESu-MEC, 1997).

No Terceiro Fórum, realizado no Rio de Janeiro, já estava criada no MEC a Comissão de Especialistas no Ensino de Design, desvinculando assim o Design do CEEARTS. Isso melhorou muito o processo de discussão para a regulamentação das novas Diretrizes Curriculares, tanto que uma das primeiras comissões do MEC a divulgar o documento final de Diretrizes Curriculares para o Ensino Superior foi o CEEDesign.

Entre o Fórum de Recife e o de Curitiba foram realizados encontros regionais de dirigentes para propor ao MEC projetos de Diretrizes Curriculares. Na região Sul, este encontro foi realizado em Londrina e gerou um documento que fomentou muitas discussões sobre como se utilizar dos aspectos Humanísticos, Projetuais e Tecnológicos que haviam sido colocados em Recife como fundamentos básicos para criação das novas Diretrizes Curriculares, sem esquecer da pluralidade, simultaneidade e da diversidade das formas de atuação do Design e da necessidade de reaproximação com a Arte (esta parte gerou grande polêmica).

Depois de realizar os fóruns, a comissão de especialistas elaborou o documento final de Diretrizes Educacionais para o Ensino de graduação em Design (Anexo 01). Neste documento ficam bem claras as novas maneiras de ensinar Design no Brasil e a ênfase é uma das prioridades.

2.6 Visão setorial - deve ter conhecimento do setor produtivo de sua especialização (mobiliário, confecção, calçados, jóias, cerâmica, gráfico, embalagens, software etc), no que tange ao mercado, materiais, processos produtivos e tecnologias empregadas, além das potencialidades de seu desenvolvimento, principalmente no contexto regional (Diretrizes Curriculares para o Ensino Superior de Design CEEARTS/SESu-MEC, 1999).

A ênfase dá mais agilidade, personalidade e diferencial aos cursos de Design do país. Possibilita que um curso seja direcionado para uma expertise regional ou da própria

Universidade em que está vinculado. Pois além dela integrar a parte extra acadêmica, que pela nova LDB deve ser de no mínimo 50% da carga horária do curso, poderá dar a personalidade que os cursos precisam para atrair alunos.

Com a explosão de novos cursos de graduação pelo país, ter um diferencial, uma personalidade própria vai ajudar muito na manutenção da qualidade individual. Pois se é diferente pode-se inovar cada dia mais e proporcionar a qualidade que vai deixar o acadêmico pronto para enfrentar o mercado de trabalho com mais propriedade e competência.

Pelas novas diretrizes o curso passa a se chamar Design e o profissional formado Designer, palavras que já estão incorporadas no novo dicionário da língua portuguesa.

de.sign (*dizáin*) *sm* (*ingl*) **1** Concepção de um projeto ou modelo; planejamento. **2** O produto deste planejamento.

de.si.gner (*dizáiner*) *sm+f* (*ingl*) Indivíduo que planeja ou concebe um projeto ou modelo. (Michaelis, 1998)

Deve também existir em todos os cursos um núcleo básico comum que é dividido em quatro blocos: Fundamentação, Planejamento e ConTabelação, Sistemas de Utilização e Sistemas de Produção, que devem fornecer ao acadêmico as informações necessárias para que ele possa, se tiver oportunidade, ter mais possibilidades de cursar as habilitações e ênfases que desejar, na instituição que escolher, no momento em que preferir sem precisar repetir ou agregar conhecimentos básicos do Design.

A habilitação também é obrigatória, porém é variável de acordo com a proposta do curso e podem ser as seguintes: Industrial, Gráfico, Interface, Moda, Interiores, Paisagismo e outras que venham a surgir. Estas habilitações têm por finalidade, em primeiro lugar acabar com a idéia de que um Designer pode, em quatro anos, ter todas as habilidades inerentes à profissão e também proporcionar ao acadêmico um aprofundamento em uma das habilidades do Design.

De acordo com esta regulamentação não existirá mais nenhum curso de Design pleno no país. Isto vem para proporcionar uma melhoria significativa na qualidade dos cursos e dos profissionais que irão se formar. É praticamente impossível, em um curto espaço de tempo,

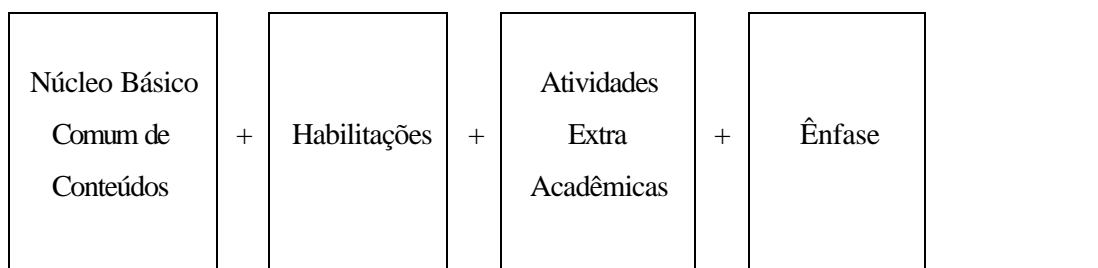
como determina a nova LDB a diminuição do tempo de duração dos cursos de graduação, dar todo o arcabouço tecnohumanístico que as mais diversas habilitações do Design exigem.

A ênfase do curso é opcional e integrará, no mínimo, 50 % de “Atividades Extra-Acadêmicas”. A ênfase de um curso deve se dar por uma expertise da Universidade ou do local onde ela está situada. O regionalismo dará uma nova cara ao ensino de Design do Brasil, por isso todos os cursos devem procurar encontrar sua expertise e desenvolvê-la de forma que sua principal característica seja respeitada e reconhecida.

Dentro das novas diretrizes são recomendadas no mínimo 3.200 horas de carga horária para os cursos de Design. E, como já foi dito anteriormente, “os conteúdos do Núcleo Comum e da Habilitação não devem exceder a 50% do total da carga horária do currículo pleno”. A ênfase e as Atividades Extra-Acadêmicas devem integralizar os outros 50%.

“Ficará a critério das instituições incentivar e estabelecer a carga horária máxima de participação do estudante em atividades extradisciplinares, tais como projetos de pesquisa, estágios, monografias e/ou projetos de conclusão de cursos e demais atividades que integrem o saber acadêmico à prática profissional valorizando, também, as habilidades e competências adquiridas fora do ambiente escolar, desde que não ultrapasse o limite de 50% da carga total de horas do curso” (Diretrizes Curriculares para o Ensino Superior de Design CEEARTS/SESu-MEC, 1999).

As Diretrizes foram encaminhadas para o CNE (Conselho Nacional de Educação) e já que estão aprovadas pela SESu-MEC, devem vigorar a partir do ano 2000. E quando elas entrarem em vigor os cursos devem apresentar a seguinte configuração:



1600 h	+	1600 h	=	3200 h
---------------	----------	---------------	----------	---------------

Figura 2.1: Carga Horária Sugerida para Cursos de Design

“Porém toda esta discussão e propostas geram apenas uma grade curricular e, com certeza a formação dos futuros profissionais não fica apenas baseada nela” (Couto, 1999). O projeto pedagógico é que vai nortear todo o desenvolvimento do curso e ele é definido através das formas em que os docentes devem atuar durante todo o curso, período a período.

Com a definição das novas Diretrizes Curriculares as mudanças no ensino, na formação e na atuação do Design, serão significativas e as instituições que encontrarem logo sua expertise e partirem o mais breve possível para a implantação desta nova forma de ensino, com certeza terão mais oportunidade de ampliar a qualidade e a quantidade, muito importante em instituições privadas, de seus acadêmicos. Como já foi dito, haverá mudanças também na forma de atuação do Designer e isso vai proporcionar também a criação de cursos de especialização e atualização para os profissionais que já saíram da Universidade e estão no mercado, formando assim um ciclo vicioso que vai melhorar cada vez mais a qualidade do Design brasileiro.

CAPÍTULO 3

PESQUISA QUALITATIVA EXPLORATÓRIA

3.1 - A Metodologia de Pesquisa

Na fase de definição das prioridades do currículo do curso de Design, com ênfase em Receptivo, foi necessária a aplicação de um questionário para avaliação das necessidades e especificidades que o Turismo tem e como elas devem ser exploradas no ensino do Design.

A pesquisa inicialmente foi pensada como sendo quantitativa, porém, quando se busca informações tão específicas e de cunho didático acadêmico, fica muito mais confiável a Pesquisa Qualitativa Exploratória com entrevistados escolhidos dentro do meio acadêmico e, mais especificamente, com grande conhecimento nas áreas em questão. Neste caso procurou-se desenvolver o questionário com profissionais da área do Design e do Turismo e que tivessem uma atuação também na área acadêmica.

Como decisor para a pesquisa foi escolhido um PhD em marketing em Turismo e Hotelaria com grande experiência na área acadêmica, que atualmente coordena um curso superior na área de lazer e realiza várias pesquisas sobre qualidade turística e hoteleira na região do vale do Itajaí. Para um melhor aproveitamento da área do marketing, que é muito ligada ao Design, também foi pesquisado o coordenador de um curso de administração com habilitação em marketing da região do vale do Itajaí, o qual tem mestrado na área, realizado no Canadá.

Quando se buscaram pessoas ligadas ao Turismo e também com experiência na região do vale do Itajaí, onde o curso de Design Receptivo se propõe a existir, foram encontradas dezenas de pessoas, pois a Universidade do Vale do Itajaí tem em Balneário

Camboriú um dos melhores cursos de Turismo e Hotelaria do país. Com esta grande quantidade de decisores competentes foi muito importante e fácil conseguir um bom *trading*. Começou-se pelo coordenador do curso de Turismo e Hotelaria que é mestrando em Turismo e com grande conhecimento do mercado, sendo consultor da EMBRATUR, e do acadêmico no qual também é consultor do MEC.

Para a área de eventos foi escolhida uma professora mestranda em Turismo com grande experiência em organização de festas populares como Marejada (Itajaí), Oktoberfest (Blumenau), entre outras e também com administração pública de Turismo. Na área de hotéis foi escolhido um professor, também mestrando em Turismo, que gerencia e coordena as atividades acadêmicas do Hotel Escola da UNIVALI.

Na parte das agências foram utilizadas informações obtidas por um especialista em Turismo com monografia em administração de agências de Turismo e que, além de professor desta cadeira, administra a Agência Acadêmica de Turismo da UNIVALI. O aspecto dos bares e restaurantes foi observado através do coordenador do curso de gastronomia da UNIVALI que é mestrando em TURISMO e tem experiência internacional na administração e organização de restaurantes.

Para um melhor aproveitamento das informações dos profissionais mais intimamente ligados à área do Turismo, da Hotelaria e do Marketing turístico-hoteleiro, foram também utilizadas na pesquisa informações obtidas com profissionais da área do Design e, principalmente, do ensino do Design. E de preferência profissionais que têm também, além do Design, algum envolvimento com o Receptivo.

Entre os designers foram entrevistados 4 profissionais. No aspecto dos parques temáticos foram utilizadas informações obtidas através de um acadêmico de Design que trabalha há mais de 10 anos com criação e produção de equipamentos e programação visual de parques temáticos, como Beto Carrero e outros. Foram também úteis as informações obtidas através de um profissional de Design, graduado na área, como todos os outros profissionais de Design que seguem, e com mestrado em Engenharia da Produção (COPPE - RJ), que atua no ensino de Metodologia de Projeto e já atuou em diversos projetos envolvendo o Turismo como objetivo profissional e acadêmico.

Um Doutorando em Engenharia da Produção (UFSC) Designer e Mestre em Educação forneceu importantes informações sobre o ponto de vista do ensino do Design e seus objetivos. Com mais de 15 anos de atuação no ensino do Design e com dissertação na área da educação, mostrando este aspecto, contribuiu muito para definição das metas a serem alcançadas. Por último foi também questionado um Designer, mestrando em Educação (PUC-PR), o qual deu informações sobre os materiais e como ensinar Design Receptivo preocupado com a tecnologia e as novas tendências.

Para melhor entender o resultado do questionário aplicado, faz-se-á uma interpretação das respostas obtidas, observando as citações mais importantes feitas pelos decisores que mais se aproximam do objetivo da questão exposta.

3.2 - Questionário e Análise das Respostas

A seguir apresenta-se uma análise das respostas do *grupo de decisores* conforme questionário que se encontra no anexo 2.

01. A cor dos ambientes nos hotéis:

“A cor tem a propriedade de interferir no estado de espírito das pessoas. O uso correto das mesmas pode ser fator positivo”.

“ A cor é responsável por um ambiente harmonioso e o cliente procura ou é influenciado a ficar em um ambiente agradável”.

O Designer usa a cor como objeto de grande importância em seu trabalho e o *grupo de decisores* entende muito bem a necessidade. As disciplinas que envolvam a parte visual devem se preocupar com a psicodinâmica das cores para proporcionar conforto e bem estar ao hóspede.

02. A cor dos ambientes em restaurantes, bares e afins:

“Determinadas cores provocam a fome e conseqüentemente o consumo e também a permanência para aumentar o consumo”.

“Higiene. Um ambiente agradável, apetitoso, claro, iluminado”.

“A definição de cores adequadas exige estudos mais aprofundados, que envolvem fatores desde a estética, passando pela funcionalidade até a ergonomia cognitiva”.

Também nessa questão, a cor é questionada e o *grupo de decisores* deixa claro que deve haver um estudo sobre a psicodinâmica das cores. Esse estudo deve ser feito por uma disciplina que envolva a teoria da cor e suas aplicações, podendo ser incluído também aspectos de ergonomia cognitiva.

03. O Design dos aparelhos de jantar (pratos, talheres, copos, xícaras, etc.):

“O Design dos aparelhos de jantar devem levar em conta os seguintes aspectos: Facilidade para estocagem, evitar a quebra com um simples toque de uma peça similar, peças lisas para facilitar a limpeza, considerar a utilização de máquinas de lavar louças”.

“Devem privilegiar a durabilidade e praticidade sem comprometer a estética”.

Aqui a ergonomia junto com o estudo de materiais e os processo de produção (qualidade x durabilidade) devem ser os aspectos a serem dimensionados na proposta curricular para atender as expectativas do *grupo de decisores*.

04. O conforto de usuário de restaurantes fast food:

“O conforto deverá ser o suficiente para o rápido tempo de permanência no local, nem muito, nem pouco”.

“Para restaurantes tipo fast food busca-se uma máxima racionalização no uso do espaço com o equilíbrio em relação ao conforto”.

O objetivo dessa questão era procurar saber do *grupo de decisores* se a relação Conforto X Praticidade deve também ser objetivo de estudo do Design Receptivo. Ficou claro a necessidade da preocupação do estudo do espaço e do conforto que deve ser objetivado em ergonomia e aplicado nas disciplinas de Projeto.

05. O conforto de usuário de restaurantes convencionais:

“O usuário de restaurantes convencionais não vai ao restaurante apenas para alimentar-se, ele pode estar na busca de momentos agradáveis em companhia de outras pessoas”.

“É um dos fatores determinantes para a escolha pelo cliente. No crescimento da concorrência passa a ser um ponto fundamental”.

Volta-se a observar a preocupação com o Conforto dimensionado e o estudo de mobiliário e equipamentos de restaurante, assim como sua decoração devem ser analisados na hora da execução (ensino) de Projeto. A preocupação com o ambiente se reflete em cores, acabamentos, iluminação, temperatura, som, entre outros itens de conforto que podem ser observados em disciplinas como Expressão, Metodologia Visual, Projeto e, principalmente, na Ergonomia.

06. O espaço dos quartos de hotéis:

“Porém está crescendo no Brasil os chamados INN dos Estados Unidos. São hotéis 3B Bom, Bonito e Barato. Com quartos pequenos, mas confortáveis”.

“A racionalização do uso dos espaços é também um fator de determinação da viabilidade financeira de um hotel”.

“O ser humano tem a tendência a comparar o hotel como seu lar por isso ele deve ser agradável quanto aos espaços”.

Espaço pode ser considerado um estudo da Arquitetura ou da Engenharia mas deve ser observado atentamente quando do aprendizado de Projeto de Produtos para conseguir o melhor resultado de ocupação e satisfação do usuário. O *grupo de decisores* comenta novas tendências de Hotéis que devem ser observadas nas propostas levantadas pelos professores nas disciplinas de Projeto. O ser humano também é citado levando esse aspecto à busca de disciplinas que enfoquem esse lado do Design.

07. A qualidade do mobiliário dos quartos de hotéis:

“O hotel costuma ser um local de repouso, reduto de descanso. O mobiliário exerce um papel importante neste processo”.

“O Designer deverá preocupar-se com a ocupação adequada dos espaços e proporcionar conforto ao hóspede, sempre de acordo com o tipo de cliente com que o hotel pretende trabalhar”.

“Se o hotel pretende mudar sua decoração de tempos em tempos, o mobiliário pode apresentar uma vida útil menor”.

O mobiliário é com certeza o maior mercado para o Design ou que mais difunde sua cultura entre as pessoas. No Design Receptivo com certeza deve-se ter a preocupação com as aplicações do Design de móveis nas suas mais diversas formas e funções. Já nessa questão o *grupo de decisores* claro a preocupação com as novas tendências do Design, citando a personalização e das mudanças constantes que acontecem nos paradigmas da Qualidade.

08. A personalização do mobiliário dos quartos de hotéis:

“Principalmente se o hotel quer uma identidade visual forte. O bom disso é que a idéia de identidade visual não fica restrita a área gráfica”.

“Criar ambientes diferenciados é um dos fatores ligados ao conceito de qualidade na prestação de serviços hoteleiros”.

As novas tendências do Design devem ser muito bem explicitadas nas disciplinas que envolvam a prática profissional. A gestão do Design é uma preocupação emergente e deve ser utilizada como argumento para criação de matérias do curso.

09. O incremento de tecnologia nos equipamentos (frigobar, aparelho de TV, som etc.) de quartos de hotéis:

“Este elemento está relacionado ao conforto”.

“Sempre preocupando-se com o consumo de energia e como facilitar a manutenção e limpeza”.

“Tecnologia objetivando maior conforto, menor manutenção e alta confiabilidade”.

“Está ligado ao conforto”

Os eletroeletrônicos estão cada dia mais tendo como atributos de venda, o Design. Não apenas no aspecto formal mas principalmente nos aspectos de transporte, processos produtivos, ergonomia e inovação.

Nos hotéis a diminuição do consumo de energia e o conforto dos hóspedes podem gerar um grande potencial para o desenvolvimento do Design. Formar designer com essa preocupação estética, ergonômica e gerencial devem ser objetivos de um curso de Design Receptivo.

10. A quantidade de sinalização de cidades turísticas:

“A questão de sinalização está ligada ao aspecto da imagem que a cidade quer criar para o seu turista”.

“Preocupar-se não somente com a quantidade, mas também com a qualidade”.

“Não a quantidade mais a eficiência das informações (Qualidade)”.

Design não é apenas produto tridimensional e o *grupo de decisores* mostra sua preocupação com a qualidade da programação visual de cidades e ambientes turísticos. Por isso, apenas a habilitação em Projeto do Produto (Design Industrial) talvez não seja suficiente para um curso de Design Receptivo.

11. As cores na sinalização de cidades turísticas:

“Seguir os padrões internacionais”.

“Usada com moderação”.

“Deve ser harmoniosa”.

Volta-se aqui com a preocupação com as cores e agora em programação visual que justifica cada vez mais a habilitação em Design Gráfico no curso de Design Receptivo.

A busca de padrões gráficos e a moderação com qualidade que o *grupo de decisores* coloca, se traduz em disciplinas que devem ensinar metodologia e gerenciamento de um Design harmonioso e sem exageros.

12. A padronização da sinalização dentro de uma mesma região turística:

“Aproveita-se para vender a região com suas características comuns”.

“Fundamental para um fácil entendimento da mesma”

“Principalmente se indicar um roteiro pré-estabelecido”.

O aspecto humanístico volta aqui como uma das proposta para se analisar muito bem os potenciais turísticos e suas peculiaridades para poder propor uma sinalização coerente e amigável tanto para o turista como para o nativo da região.

13. O patrocínio da sinalização de cidades turísticas:

“O Turismo deve ser motivado pelas secretarias municipais e estaduais. Patrocinadores são coadjuvantes”.

“Pode ser boa solução para o problema do custo, mas deve ser gerenciado com muito cuidado para não prejudicar o objetivo principal: sinalizar corretamente a cidade e não transformá-la em um imenso outdoor”.

“Jamais nas próprias placas”.

Marketing e Design devem andar juntos e com ética e coerência. Para se ter qualidade em um projeto de sinalização patrocinada o aspecto visual precisa ser muito bem elaborado para que o aspecto financeiro possa também apoiar o projeto sem interferir na qualidade do mesmo.

A falta de recursos do poder público incentiva parcerias mas o Designer deve ter preocupações mercadológicas claras para produzir um bom trabalho.

14. A padronização de programação visual em ambientes turísticos (hotéis, restaurantes, parques, etc.):

“A padronização representa organização e respeito pelo turista e usuários do sistema turístico. Faz parte da imagem institucional”.

“De acordo com a proposta de cada estabelecimento, seu conceito, sua mensagem”.

Padronização, normas e regulamentos regem o cotidiano. Essas normas e regras devem ser utilizadas de forma a não perder o aspecto estético e a mensagem que cada produto ou serviço quer oferecer. Administrá-las é uma tarefa que o Designer pode desenvolver se tiver aptidões e conhecimento para isso.

15. A sinalização indicativa de acesso a pontos turísticos:

“Refletem o grau de amadurecimento do empreendimento ou localidade turística”.

“Todo projeto de sinalização deverá proporcionar ao turista condições de locomover-se sem a necessidade de pedir informações em todas as esquinas”.

O excesso de sinalização pode ser o maior pecado que uma região turística pode fazer. Pode gerar confusão e atrapalhar o processo de implantação de um projeto turístico. A qualidade visual dessa sinalização, como afirma o *grupo de decisores*, reflete o grau de amadurecimento da localidade turística.

16. A sinalização temática em parques:

“Justifica-se pela sua importância informativa e autoguia, ou melhor, auto-ajuda do visitante”.

“Fundamental e em harmonia com a proposta do estabelecimento”.

Harmonia e adequação ao tema podem ser explorados em disciplinas que envolvam ergonomia cognitiva, projeto gráfico e metodologia visual.

17. A beleza dos equipamentos de cozinha em bares e restaurantes:

“Geralmente os equipamentos de cozinha não são vistos pelos seus clientes, a não ser em cozinhas abertas”.

“Os equipamentos de Cozinha deverão preocupar-se com a funcionalidade, facilidade para limpeza e manutenção”.

“Hoje determina um aspecto positivo na prestação de serviço com conceito de qualidade”.

A boa utilização de materiais pode fornecer, além da qualidade e durabilidade aos equipamentos de cozinha, beleza e funcionalidade. As novas tendências levam os clientes para dentro das cozinhas e a estética dos equipamentos devem ser levados em conta durante o desenvolvimento de seus projetos.

18. A durabilidade dos equipamentos de cozinha em bares e restaurantes:

“São bens de capital para o hotel. A durabilidade repercute na qualidade dos serviços do hotel”.

“Fundamental em relação à rentabilidade do setor”.

Custos, processos e sistemas de produção podem gerar durabilidade e investimentos compatíveis com o mercado atual do Turismo na hora da aquisição e reposição de equipamentos de cozinha. Como o *grupo de decisores* tem a preocupação com a rentabilidade do setor, este aspecto deve ser bem explicitado no curso.

19. As cores dos equipamentos de cozinha em bares e restaurantes:

“Devem respeitar as cores de segurança”.

“Devem ser claros para transmitir higiene”.

“Devem compor na harmonia do ambiente e estar de acordo com a proposta visual do estabelecimento”.

Novamente cores. Harmonia, composição, limpeza e segurança são preocupações do *grupo de decisores* que podem ser incluídas como propostas pedagógicas em diversas disciplinas do curso de Design Receptivo.

20. A beleza estética de cardápios:

“A qualidade da imagem deve corresponder à qualidade do serviço”.

“O cardápio é um agente de venda do restaurante, é um catálogo para ser usado como apoio ao trabalho do “maitre”. Grande possibilidade de através do mesmo vender o conceito e a filosofia do estabelecimento”..

A programação visual pode e deve ser também argumento de venda dos produtos turísticos. Nos cardápios ela pode mostrar todo o potencial mercadológico se aplicada com conhecimento e projeto gráfico adequado.

21. As cores em cardápios:

“Tudo que é apresentado para o cliente deverá mostrar qualidade em todos os seus aspectos”.

“Desde que não implique em uma poluição visual”.

O *grupo de decisores* está sempre preocupado com a composição visual quando se fala em cores. A teoria novamente pode ser vista como parte importante na criação de um projeto pedagógico para o curso de Design Receptivo.

22. A personalização de equipamentos de banheiros (pisos, azulejos e metais):

“A personalização de restaurantes dá consistência à imagem institucional”.

“Unidade”.

As novas tendências do Design deixam bem clara essa preocupação das pessoas com o “ser exclusivo” e *grupo de decisores* demonstra preocupação com consistência e unidade que um projeto de interiores deve ter.

23. O uso de uniformes pelos funcionários de ambientes turísticos:

“Facilita a identificação dos funcionários e gera confiança aos turistas”.

“Unidade”.

“O conceito de profissionalização e de qualidade está diretamente ligado ao uso destes”.

As Novas Diretrizes Curriculares para o Ensino Superior de Design sugeridas pelo MEC colocam Moda como habilitação do curso. Pode-se durante o curso preparar o acadêmico para um futuro incremento de suas habilidades através da busca de uma nova habilitação, que pode ser dada em forma de especialização pela própria Universidade detentora do curso.

24. O uso de equipamentos urbanos (bancos, lixeiras, pontos de ônibus, relógios etc.) voltados para as especificidades locais:

“Gera uma identidade à cidade”.

“Muito importante, pois mostra a preocupação do poder público/comunidade em ser um local turístico”.

O Design de equipamentos urbanos está na grade curricular da grande maioria dos cursos de Design Industrial do País. O gerenciamento dessa atividade projetual é muito importante pois envolve, além do Designer, muitos outros profissionais como o Urbanista e o poder público. A gestão do design deve preparar o acadêmico para essa atividade projetual.

25. As cores no transporte coletivo:

“Importante para harmonizar e humanizar o trânsito”.

“Muito importante caso haja um sistema organizado para o transporte urbano. Facilita a identificação, localização e compreensão do sistema”.

“Conseguem criar um conceito para o espaço urbano. Exemplo: os ônibus de Londres e os bondes de Frankfurt”.

O Design automobilístico é talvez a atividade que mais atrai acadêmicos para esse tipo de curso. Com certeza o *grupo de decisores* sabe disso e, já nessa questão, coloca a importância dessa prática projetual para a harmonia e qualidade dos serviços das cidades turísticas.

26. A personalização do transporte de ambientes turísticos:

“Para melhor acomodação dos passageiros, além do tamanho/peso/altura em função dos sítios turísticos”.

Essa pergunta fica mais abrangente quando ligada à seguinte.

27. A personalização do transporte coletivo:

“Para a humanização do trânsito e despoluição visual das cidades”.

O transporte coletivo deve estar integrado com a cidade ou ambiente turístico a que ele pertence sem esquecer-se da qualidade e conforto que ele deve proporcionar ao seu usuário. Ergonomia, gestão e até aspectos sociológicos devem ser levados em conta na elaboração desta proposta projetual.

28. O desenvolvimento de veículos (carros, motos, trailers, bicicletas etc.) exclusivos para turistas:

“Todo equipamento projetado para uso de terceiros deverá preocupar-se com os aspectos segurança e durabilidade”.

“Acredito que uma identidade visual aplicada sobre os já existentes é o suficiente”.

“A relação custo X benefício destes projetos, a meu modo de ver, seriam de difícil viabilização”.

O mercado já está se dando conta dessa necessidade. Apesar do *grupo de decisores* não ter demonstrado perceber esse avanço do mercado, as *Vans* e camionetes estão mudando seus objetivos iniciais, que eram transporte de cargas para o de passageiros com conforto em longos trajetos e muita bagagem (turismo).

29. O Design na arrumação de pratos (alimentos no prato):

“A alimentação, ou melhor, a escolha de alimentos é uma questão estética. A aparência assim como o gosto é muito importante”.

“Porque mesmo sem se conhecer os pratos japoneses eles se mostram apetitosos, exóticos e convidativos”.

“O aspecto visual é um dos fatores que tem maior peso no conceito de boa gastronomia”.

O objetivo primeiro do Design é a produção seriada mas algumas Escolas já trabalham os aspectos projetuais de produtos individuais e nada mais individual do que a arrumação de pratos. O *grupo de decisores* tem essa preocupação estética que pode ser demonstrada em atividades extra acadêmicas do curso.

30. As cores na coquetelaria:

“Na Coquetelaria deverá haver uma preocupação com o conjunto da apresentação”.

Novamente o particular.

31. A beleza estética na coquetelaria.

“Na Coquetelaria deverá haver uma preocupação com conjunto da apresentação”.

“Enche os olhos e estimula os gastos”.

Mercadologicamente pode-se pensar em aspectos de personalização de ambientes turísticos chegando a detalhes como a coquetelaria. As atividades extra acadêmicas do curso podem até, em parceria com outros cursos, formar profissionais com esse diferencial estético e projetual.

32. A beleza estética nos equipamentos de *buffet*.

“Os utensílios de *buffet* e jantar são muito precários sem estética e beleza, muitas vezes até mesmo grosseiros”.

“Hoje o conjunto visual para um *buffet* é de fundamental importância na percepção dos clientes em relação à qualidade do mesmo”.

Cada dia mais a preocupação estética deve estar envolvida com a produção e o *grupo de decisores* novamente demonstra essa preocupação que pode ser resolvida durante o curso preparando estética e tecnicamente os acadêmicos.

33. A qualidade dos equipamentos de *buffet*:

“Se é fácil de usar, identifica ou indentifica-se o ambiente e o hóspede acha bonito e agradável. Todo material e ferramenta que é utilizado pelos funcionários deve ser durável”.

“Segurança, higiene, durabilidade”.

“É um grande facilitador do serviço, pois mantém uma boa aparência sem necessidade de muita manutenção, permanecendo sempre com um bom visual”.

O *grupo de decisores* tem dupla preocupação com esses equipamentos: o turista e a empresa turística. O acadêmico deve ter informações precisas de como gestionar o desenvolvimento de novos produtos para atender às necessidades de ambas as partes: usuário final e intermediário.

34. A programação visual de quiosques e bancas:

“Devem atender a vocação turística do município e estar inseridos no cenário turístico”.

“Importantíssimo para evitar a poluição visual que existe na maioria dos destinos turísticos, principalmente praias”.

A composição formal dos equipamentos turísticos geram conforto ao turista e essa preocupação do *grupo de decisores* se traduz na necessidades de se proporcionar ao acadêmico informações também sobre estruturas de apoio baseadas na arquitetura.

35. O Design de quiosques e bancas:

“P.V./Design - são conceitos muito próximos”.

“Desde que seja de acordo com a Cultura Arquitetônica do lugar”.

Aqui se observa também o apoio na arquitetura e a não dissociação das duas principais habilitações do Design.

36. A criação de equipamentos de informática desenhados exclusivamente para a área de Turismo e Hotelaria:

“Devem atender as especificidades dos locais onde os profissionais desempenham suas funções”.

“Custo X benefício difícil de viabilizar”.

A tecnologia e o Design atualmente andam juntos. O *grupo de decisores* sabe disso e se preocupa em como o Designer pode promover esse incremento de tecnologia ao Turismo sem ampliar os custos das empresas turísticas e conseqüentemente do turista.

Na grade do curso de Design Receptivo deve se ter a preocupação de colocar ao acadêmico todas as novas e futuras tecnologias que possam auxiliar no processo do Design. Dentro dos programas das disciplinas não se pode ficar engessado dentro das tecnologias existentes, tirando a liberdade do aluno de criar com coerência mas também com ousadia.

37. A multimídia (informática) como elemento divulgador do Turismo:

“Importante se atender as expectativas dos empresários e se forem desenvolvidos programas de segurança para serem investidos”.

“Não se pode abrir mão dela hoje”.

Multimídia é uma palavra muito ampla mas o designer pode e deve fazer uso dela para realizar um trabalho consistente. Desde a fotografia, passando pelo cinema e pelas artes cênicas, chegando a informática e as tecnologias digitais a multimídia tem um grande

potencial dentro da divulgação e isto deve ser informado ao acadêmico de uma forma consistente e ampla.

38. A multimídia (informática) como elemento facilitador do Turismo:

“Nem todos dominam ou tem afinidade com a informática. Para funcionários OK. Para público, deve ser muito bem planejada”.

“O uso da internet para vendas no setor de Turismo é um dos maiores entre todos os ramos que a utilizam”.

Além de divulgar as técnicas de multimídia podem facilitar o Turismo. Através das técnicas de softwares e a integração com a ergonomia cognitiva pode-se obter resultados positivos na adaptação, tanto dos turistas como dos profissionais de Turismo, com as opções turísticas existentes.

39. O uso da *internet* como publicidade turística:

“É uma nova mídia com grande potencial”.

“Apesar de ter segmentos no Turismo que vem sofrendo com a utilização da internet, eu sou favorável a sua utilização devido à abrangência da mesma”.

O *e-comerce* já esta presente no cotidiano das pessoas e o Design deve se utilizar dessa tecnologia eminente para melhorar cada vez mais as atividades turísticas.

A proposta de currículo para Design Receptivo deve levar em conta a informação do *grupo de decisores* que a internet deve ser um facilitador e nunca um concorrente do Turismo. Essa informação é muito importante para organização de disciplinas que enfoquem ética e gestão.

40. O uso da *internet* como banco de dados para a indústria do Turismo:

“Uma ferramenta de grande utilização juntamente com os *sites* de busca”.

“Desde que haja uma atualização periódica”.

O Design deve procurar ser interdisciplinar e academicamente deve-se incentivar a prática de integração com outras formações como a informática, a administração e o marketing.

41. A adaptação dos equipamentos de trabalho aos funcionários da indústria do Turismo:

“Muitas AET's são necessárias. Melhor ambiente de trabalho = melhor atendimento, melhor aparência para o turista”.

“A Ergonomia é hoje um aspecto fundamental no conforto do trabalhador e no caso do Turismo, onde se necessita de pessoas dispostas e motivadas este fator tem uma importância ainda maior”.

Os cursos superiores em Design sempre se preocuparam com a ergonomia e o *grupo de decisores* concorda e incentiva a avaliação ergonômica como forma de incremento de qualidade nos produtos turísticos.

42. A praticidade nos equipamentos de viagens (malas, bolsas, mochilas etc.):

“Os equipamentos de viagem devem proporcionar segurança ao conteúdo, pois os funcionários dos meios de transporte não estão preparados para manuseá-los”.

Praticidade deve ser uma busca constante no Design. Quando se fala em Design Receptivo deve-se ter uma preocupação ainda maior com o conforto do turista que quer aproveitar ao máximo seu tempo disponível para a diversão e não com tarefas menores como transporte e arrumação de bagagens.

43. As cores nos equipamentos de viagens (malas, bolsas, mochilas etc.):

“Identificação da bagagem”.

“Depende de estilos e modismos”.

Volta-se a moda como possível futura habilitação para o Design Receptivo.

44. O incremento de tecnologia nos equipamentos de camping:

“Deve-se pensar no máximo com o mínimo”.

“Apesar de camping, é melhor levar uma estrutura de alumínio do que uma de ferro”.

“ISO 14000 - ecologia - lixo/reciclagem”.

“Talvez um dos pontos com melhor campo para o uso do Design devido às peculiaridades de tamanho X uso X conforto”.

Toda tecnologia nesse sentido deve ser bem observada para não prejudicar o objetivo principal do camping: A aventura.

45. O conforto nos equipamentos de camping:

“O campista é um aventureiro”.

“Todos querem conforto”.

O *grupo de decisores* tem consciência do aspecto aventura mas a ergonomia, o projeto e estética também devem ser levadas em conta na hora de desenvolver programas de disciplinas que envolvam projetos desse tipo de equipamento.

46. O uso de equipamentos modernos nas áreas de camping:

“Quem pratica esta modalidade de lazer tem características nômades”.

“Só quem não gosta são os puristas que preferem o chamado *camping selvagem*”.

“Facilitam as coisas, mas tiram o charme”.

A questão anterior deixou claro para o *grupo de decisores* que o Design pode melhorar, se bem equilibrado, as condições da atividade do campista.

47. A ergonomia como parâmetro para desenvolvimento de produtos turísticos:

“Dimensionamento, adequação dimensional, uso de cores, peso, ajustes, visualização são parâmetros (características) ergonômicas que melhoram a qualidade de vida”.

“Afeta diretamente a saúde”.

Novamente a opinião do *grupo de decisores* mostra a importância da ergonomia. Como o ensino da ergonomia é prática corrente em todos os cursos de Design, deve-se apenas adaptar essa prática às necessidades do Turismo para se ter uma proposta coerente.

48. O conforto no vestuário do turista:

“As pessoas tem seu estilo de vestir em seus momentos de lazer, não importando se estão na condição de turista ou não”.

Nessa questão volta-se a idéia de que também o design pode trabalhar com moda, talvez não específica para o turismo mas pode ser uma habilitação importante para o curso.

49. O desenvolvimento de equipamentos de fotografia e vídeo adaptados ao turista:

“São equipamento de uso genérico”.

“Os fabricantes já cuidam deste segmento visto que temos equipamentos únicos exclusivos para profissionais”.

“Difícil relação Custo X Benefício para produções em pequena escala”.

O objetivo do Design é o desenvolvimento de novos produtos ou serviços e com certeza, se aplicado de com consistência, pode até surpreender as expectativas do *grupo de decisores* que não acha viável o desenvolvimento de equipamentos de foto e vídeo exclusivos para o turista.

50. A criação de brinquedos exclusivos em parques temáticos:

“Se o parque segue um tema, nada mais importante que brinquedos exclusivos”.

“São estes brinquedos exclusivos que fazem a diferença e chamam os turistas”.

“É o sentido da existência dos parques”.

Apesar de temas serem coisas praticamente exclusivas e Design ainda tem como definição produção seriada, deve-se privilegiar em temas de projeto o desenvolvimento de brinquedos exclusivos. O *grupo de decisores* sabe da importância dessa prática e essa informação deve ser levada em conta no desenvolvimento da proposta curricular.

51. A segurança de turistas em parques temáticos:

“Segurança é fundamental. Integridade física também”.

“Não existe possibilidade do funcionamento de um parque sem o conceito de segurança absoluta”.

Segurança e ergonomia estão muito próximas e o *grupo de decisores* sabe disso. Por isso, dentro das disciplinas de ergonomia deve-se privilegiar os aspectos de segurança e higiene observando as necessidades do Turismo.

52. A preocupação com ergonomia em parques temáticos:

“É uma questão de segurança”.

“Importantíssimo para a qualidade dos serviços”.

“Dentro do conceito de bem estar e segurança”.

Novamente apenas a adaptação da prática comum com as necessidades do Turismo devem ser levadas em conta na elaboração da proposta curricular.

53. A formação de Designers preocupados com a indústria do Turismo:

“Para criar condições e soluções para a melhoria da vida do turista e do profissional que presta o serviço”.

“Sendo o mercado mundial que mais cresce e movimenta recursos, é uma questão de inteligência e aproveitamento de oportunidades que o mercado oferece. Precisa-se profissionalizar mais esta área no Brasil”.

“É um dos campos de grande possibilidade de atuação, pois é cada vez mais necessário diferenças que produzam conforto ao cliente e tenha um apelo visual personalizado”.

54. O uso do Design na indústria do Turismo e Hotelaria:

“Acredito que tudo é Design, para mim está presente em qualquer área. O importante é que ele seja feito por pessoas preparadas para isso”.

“O desenvolvimento do produto está diretamente ligado ao meio”.

Essas duas últimas questões foram apresentadas para deixar o *grupo de decisores* curioso e na expectativa de que seus anseios na melhoria do processo turístico sejam melhorados com a presença de profissionais competentes na área de Design.

Ficou claro durante todo o questionário que todos os participantes vêm com bons olhos a formação de um profissional de Design com características especiais para apoio das atividades do Turismo.

3.3 Análise dos Resultados

Os resultado obtidos com a pesquisa de campo levam ao desenvolvimento de uma proposta curricular que leve em conta aspectos como: Qualidade, Inovação, Ergonomia, Gestão, Metodologia, Estudo de formas e cores, Materiais e Novas Tecnologia, entre outros.

Para se desenvolver a proposta curricular, as informações dadas pelo *grupo de decisores* são de grande valia e mostram a importância do Design nas atribuições cotidianas do Turismo. Assim como, o grande nicho de mercado que o Turismo é para o Design.

No desenvolvimento da proposta curricular e do projeto pedagógico para o curso de Design Receptivo todo arcabouço informacional conseguido através das informações

escritas ou apenas citadas verbalmente pelo *grupo de decisores* durante as entrevistas devem ser considerados. Muitas vezes a informação conseguida no *grupo de decisores* não gera uma disciplina, porém pode provocar um proposta de projeto a ser desenvolvida em determinado momento do curso

As informações conseguidas no *grupo de decisores* foram avaliadas com apoio de um Ph.D. em Marketing Turístico, que também fez parte dele. Com este apoio, conseguiu-se articular as idéias para desenvolver uma proposta coerente com as novas tendências do Design e dentro das novas diretrizes curriculares sugeridas pelo MEC.

Os resultados são expressados mais especificamente na proposta curricular que segue no capítulo 4.

CAPÍTULO 4

PROPOSTA

4.1 A Proposta Curricular para o Curso de Design Receptivo

Baseado nas informações colhidas através do *grupo de decisores* de especialistas, tanto em Design como em Turismo e nas Diretrizes Educacionais para o Ensino do Design no Terceiro Grau da CEESDesign/SESu/MEC, propõe-se um Currículo para um curso de Graduação em Design com habilitação em Design Industrial e Design Gráfico como complementação opcional com ênfase em Design Receptivo.

Para melhor aproveitamento das informações obtidas através do *grupo de decisores*, das experiências anteriores de currículos, do antigo currículo mínimo do MEC e das novas Diretrizes Curriculares foram estabelecidas algumas relações e adaptações para se ter um currículo básico com ementas que contemplem toda a formação de um Designer. O Currículo e as ementas propostas são um apoio para o ensino da ênfase que será conseguida, através das atividades projetuais, tecnológicas e humanísticas que serão exigidas dos acadêmicos no decorrer do curso.

No currículo proposto não se dá, em momento algum, a limitação das atividades do profissional que vai se formar. Não se pensa em Design com apenas a formação específica para o Receptivo, mas se deixa bem aberto para que nos planos de ensino das disciplinas possa se seguir à vocação da ênfase desejada. Isso coloca o currículo como a base para qualquer tipo de habilitação próxima a de Design Receptivo. O que vai dar realmente a ênfase de Design Receptivo vão ser as propostas de projeto e exemplos levantadas pelos professores, sempre levando o acadêmico a se posicionar perante o mercado do Turismo.

Como exemplo pode-se citar as propostas de Projeto do Produto: O aluno pode, em determinado momento do curso, ter como proposta um Projeto automobilístico (automóvel é o objetivo final de uma grande parte dos acadêmicos que ingressam em um curso de Design). No curso de Design Receptivo quando ele tiver esta proposta, ela pode ser modificada de um automóvel de passeio para um ônibus ou qualquer outro veículo de transporte ligado ao Turismo. O mesmo pode acontecer no caso de Móveis, Eletrodomésticos, Serviços, Sinalização e outras formas de atuação do Designer moderno.

Tendo como base às informações do *grupo de decisores* fez-se observações no currículo proposto seguindo as diretrizes do MEC. As observações são colocadas a cada período e visam promover subsídios para que os professores que atuem nos períodos possam levar seus programas com o objetivo de vocacioná-los para o Design Receptivo.

4.2 Currículo mínimo

O MEC, quando ainda baseado em currículos mínimo propostos pelo extinto Conselho Federal de Educação, dividia o Design (Desenho Industrial) em duas Habilitações: Projeto do Produto e Programação Visual.

Esse currículo era baseado no parecer nº 63 de 29 de janeiro de 1987 e devia ser seguido à risca pelas instituições de ensino superior que quisessem oferecer um curso de Desenho Industrial. Baseado nessas informações, que estão contidas na tabela a seguir, e nas novas diretrizes curriculares com apoio das informações do *grupo de decisores* pode-se desenvolver uma proposta curricular para criação de um curso superior em Design Receptivo.

Tabela 4.1 – Currículo mínimo do Conselho Federal de Educação para Curso Superior em Desenho Industrial

	Currículo Mínimo
Formação Básica	1. Matemática
	2. Física Experimental
	3. Meios de Representação Bidimensional
	4. Meios de Representação Tridimensional
Formação Geral	1. História da Arte e da Tecnologia
	2. Noções de Economia
	3. Ciências Sociais
	4. Legislação e Normas
Formação Profissional Projeto do Produto	1. Metodologia Visual
	2. Teoria da Comunicação
	3. Metodologia do Projeto
	4. Ergonomia
	5. Materiais Industriais
	6. Fabricação
	7. Sistemas Mecânicos
	8. Desenvolvimento do Projeto do Produto
	9. Estágio Supervisionado
Formação Profissional Programação Visual	1. Metodologia Visual
	2. Teoria da Comunicação
	3. Metodologia do Projeto
	4. Ergonomia
	5. Materiais e Processos Gráficos
	6. Produção e Análise Gráfica
	7. Produção e Análise da Imagem
	8. Desenvolvimento do Projeto de Programação Visual
	9. Estágio Supervisionado

As novas diretrizes curriculares deram mais liberdade na montagem das novas propostas curriculares. Dando assim, mais qualidade e adequação ao mercado aos novos curso de Design como o que se propõe.

4.3 Grade Curricular do Curso de Design Receptivo

Segue a proposta de grade curricular para um curso de Design com habilitação em Design Industrial e opcional em Design Gráfico com ênfase em Design Receptivo para ser implantado no Centro de Educação Superior II da Universidade do Vale do Itajaí na cidade de Balneário Camboriú:

4.4 Ementário e Projeto Pedagógico

Para a implantação de um curso de Design a grade curricular deve estar atrelada às disciplinas de Projeto que são a “espinha dorsal” do curso. Para que isso aconteça deve existir uma proposta pedagógica coerente com a proposta de formação do curso.

A seguir, ter-se-á uma proposta pedagógica para o curso de Design Receptivo baseada nas informações do *grupo de decisores* e analisada sob o aspecto das novas diretrizes curriculares do MEC/SESu:

Iº PERÍODO

Neste período assim como no seguinte a prioridade dos professores é criar nos acadêmicos métodos de execução de Projetos e também desenvolver neles um senso crítico para que descubram como, quando e onde o Design pode atuar.

Do ponto de vista do Receptivo nestes dois primeiros períodos vão-se colocar propostas de Projetos e exemplos acadêmicos voltados para o lado mais pessoal de produtos e equipamentos de Turismo, como de equipamentos de transporte de bagagens, produtos não muito complexos de uso em bares e restaurantes, bem como equipamentos urbanos para cidades turísticas privilegiando as metodologias utilizadas em detrimento do resultado final.

As disciplinas propostas para este período são básicas e seguem a seguinte ordem de ementa:

Metodologia de Projeto do Produto I

Desenvolvimento de princípios metodológicos de projeto, suas aplicações e elaboração de projetos de produtos e de programação visual limitados às necessidades pessoais (“prossumidor”), ou seja, fazer para si. Técnicas de Criatividade.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas: 30 H/A

Metodologia Visual I

Iniciação aos conhecimentos de forma e estrutura envolvidas no Desenho Industrial, métodos de criação e representação gráfica com auxílio de técnicas e equipamentos de Design. Estudo da cor.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas: 30 H/A

História da Arte e da Tecnologia

Análise crítica das formas de expressão plástica e da técnica, desde a Antigüidade até as origens da civilização industrial. O conceito de moderno. As afinidades da arte com o Design.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

Desenho geométrico

Construções geométricas fundamentais. Lugares geométricos. Circunferência. Concordância. Métodos de semelhança e homotetia. Equivalência de áreas. Cônicas. Curvas planas. Escolha e manejo de instrumentos de desenho. Traçado de figuras aplicando as construções geométricas.

Aulas teóricas: 15 H/A

Aulas práticas: 45 H/A

Matemática

Geometria Plana e Espacial. Matemática aplicada ao Design.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

Desenho de Apresentação e Observação

Estudos das técnicas de traçado à mão livre e sua aplicação na representação de sólidos geométricos. Estudos de texturas gráficas aplicadas ao desenho de observação. Estudo das proporções da figura humana e sua representação volumétrica. Introdução a antropometria. Formas de apresentação de desenhos (informações claras e limpas).

Aulas teóricas: 15 H/A

Aulas práticas: 45 H/A

IIº PERÍODO

O segundo período segue as orientações do primeiro. A metodologia ainda é colocada como prioridade na avaliação dos alunos que ainda contam com as disciplinas básicas de Desenho e Matemática, importantes para a formação do acadêmico e embasamento para a sequência do curso.

A complexidade dos projetos e exemplos utilizados devem aumentar e ainda seguir as idéias de propostas sugeridas para o primeiro período. O aluno deverá, ao final deste período, ter uma boa base metodológica para, na sequência, poder desenvolver bons projetos. No segundo período são apresentadas as seguintes disciplinas:

Metodologia de Projeto do Produto II

Desenvolvimento de princípios metodológicos de projeto, suas aplicações e elaboração de projetos de produtos e de programação visual limitados às necessidades pessoais (“prossumidor”), ou seja, fazer para si. Técnicas de Criatividade.

Aulas teóricas: 15 H/A

Aulas práticas: 45 H/A

Metodologia Visual II

Iniciação aos conhecimentos de forma e estrutura envolvidas no Desenho Industrial, métodos de criação e representação gráfica com auxílio de técnicas e equipamentos de Design. Estudo da cor.

Aulas teóricas: 15 H/A

Aulas práticas: 45 H/A

História da Arte e da Tecnologia

História do Desenho Industrial como instrumento de desenvolvimento tecnológico. As manifestações de Design pré Revolução Industrial. A Revolução Industrial. O Design dentro da Revolução Industrial. Os avanços tecnológicos que ocorreram no Design e os que o Design proporcionou. A atualidade do Design. Tendências para o futuro do Design e seu desenvolvimento.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

Geometria Descritiva

Sistemas de Coordenadas Cartesianas. Representação de vetores no plano e no espaço. Cálculo Vetorial. Sistemas de projeções. Método de Monge. Representação de projeções particulares de ponto, reta e plano. Intersecção de planos e retas com planos. Paralelismo. Perpendicularismo. Métodos descritivos e poliedros. Noções de perspectiva.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

Estatística

Estatística aplicada às ciências sociais. Métodos estatísticos. Sistemas computacionais de probabilidade numérica e cálculos estatísticos. Técnicas de pesquisa e análise de dados estatísticos.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

Desenho Técnico

Instrumentos e materiais de desenho. Caligrafia técnica. Normas brasileiras (ABNT). Projeções ortogonais. Peças planas. Perspectivas paralelas. Vistas auxiliares. Cortes e representações convencionais. Esboços cotados. Perspectivas cônicas. Leitura e interpretação de desenhos. Noções de desenho mecânico.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas: 30 H/A

IIIº PERÍODO

No terceiro e no quarto períodos, a preocupação é com a teoria do Design. Disciplinas mais teóricas são oferecidas com o intuito de iniciar os acadêmicos na pesquisa. O Design Receptivo é uma área nova e necessita muito da pesquisa para começar a despontar como uma ciência, deixando claro o objetivo da Universidade que é o de cientificar e não apenas profissionalizar.

As Disciplinas do terceiro período se baseiam nas necessidades do Turismo alternativo. As propostas de trabalho neste período ficam calcadas em áreas em que o Turismo

ainda necessita se desenvolver e com a ajuda do Design pode avançar muito. Camping, Esportes, Jogos e Lazer são os principais temas propostos para este período.

As informações do *grupo de decisores* foram de muita valia para a melhor disposição das disciplinas e suas respectivas ementas neste período. Os Profissionais da área do Turismo que faziam parte do *grupo de decisores* deixaram bem claro em seus comentários a total falta de Design nos produtos voltados para esta área e os profissionais de Design foram enfáticos quando colocaram suas observações de como o Designer pode incrementar esta parte do Turismo.

Projeto do Produto I

Introdução às técnicas analíticas no projeto. Planejamento e desenvolvimento de projetos de produtos orientados a grupos específicos de usuários.

Aulas teóricas: 15 H/A

Aulas práticas: 45 H/A

Expressão I

Geração de relevos a partir de superfície plana. Planificação de poliedros. Seccionamento e divisão de poliedros regulares e semi-regulares.

Aulas teóricas: 15 H/A

Aulas práticas: 45 H/A

Ergonomia I

Conceitos de Ergonomia. Análise Ergonômica do Trabalho. Influências acústicas, visuais e térmicas. Pesquisas e análises ergonômicas com critérios de otimização no Design de objetos.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

Semiótica I

História da comunicação. Teoria da comunicação. Contribuições interdisciplinares para Teoria da comunicação. Cultura e comunicação. Semiótica e Semiologia. Os processos da comunicação humana

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas:

Física

Princípios gerais da mecânica. Composição do sistema de forças. Centro de massa. Hidrodinâmica. Aerodinâmica. Energia. Calor. Óptica. Eletricidade. Aplicações da Física no Design.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas:

Computação Gráfica I

Iniciação à computação. Histórico da Computação Gráfica. Sistema operacional. Programas gráficos de engenharia e desenho (CAD, CAE, CAM, CAPP, CN). Elementos de Cálculo Diferencial e Integral.

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 60 H/A

Materiais e Processos

Elementos de ciência dos materiais. Resistência dos materiais. Tecnologia dos materiais usuais em Design: Papel, Papelão, Madeira, Metal, Cerâmica, Tintas, Vernizes e Polímeros.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

IVº PERÍODO

Como no anterior, neste período a teoria do Design é a ênfase dada pelas disciplinas oferecidas. O Projeto do Produto passa a exigir mais dos acadêmicos, com o apoio de Expressão e Ergonomia, que neste período é voltada para o produto. O aluno deve colocar seus conhecimentos anteriores em prática numa das atividades mais complexas do Design: o Projeto de móveis e equipamentos de uso decorativo/funcional.

Como o profissional formado no curso de Design Receptivo deve ser completo conseqüentemente deve ter um bom conhecimento na área de móveis e decoração, porém para

um melhor aproveitamento da ênfase proposta pelo curso, os temas a serem desenvolvidos devem ficar na área de móveis para hotéis, restaurantes, bares e afins.

Na opinião do *grupo de decisores* o conforto, a qualidade e a beleza do mobiliário são de suma importância para o bem estar do turista. Sendo assim, iniciar o acadêmico neste campo do Design neste período do curso, em que a preocupação com Teoria do Design está em alta e ele vai atingir a primeira metade da primeira habilitação, é coerente. Pois projetar móveis não é uma tarefa fácil, é muito requisitada e se o acadêmico resolver optar por esta área de atuação vai ter muito tempo e conhecimento científico, ainda durante o curso para se preparar para o mercado.

Projeto do Produto II

Introdução às técnicas analíticas no projeto. Planejamento e desenvolvimento de projetos de produtos orientados a grupos específicos de usuários.

Aulas teóricas: 15 H/A

Aulas práticas: 45 H/A

Expressão II

Empilhamento e encaixe de sólidos. Estabilidade estrutural de sólidos em materiais diversos. Seleção e interpretação de estruturas naturais. Estruturas Geométricas. Integração de estruturas bi e tridimensionais.

Aulas teóricas: 15 H/A

Aulas práticas: 45 H/A

Ergonomia II

Pesquisa e aplicação dos conhecimentos de ergonomia no desenvolvimento de Projeto de Produto em Design.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas: 30 H/A

Semiótica II

Estudo do Signo. Semiótica e Design. O produto industrializado como linguagem de comunicação. Percepção e leitura semiótica do objeto. Percepção, leitura e interpretação da imagem. Funções da imagem na linguagem visual.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas:

Sociologia

Estudo dos aspectos culturais das relações entre o homem, o meio e o objeto em função da evolução da humanidade e suas relações com os sistemas políticos e econômicos. Estudo das relações sociais existentes na realidade brasileira, com ênfase de características atuais; a evolução histórica brasileira; os desafios de um Brasil globalizado.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas Práticas:

Computação Gráfica II

Técnicas de uso e aplicação de programas computacionais gráficos. A computação gráfica na programação visual e como ferramenta de Design. Softwares gráficos (Corel, Photoshop, 3D Studio e outros atuais).

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 60 H/A

Materiais Expressivos e Técnicas de Utilização

Métodos e recursos para apresentação gráfica de projetos. Técnicas de ilustração. Aplicação das técnicas de materiais expressivos no planejamento e na execução de projetos de produto e gráfico.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas: 30 H/A

Vº PERÍODO

Depois de o acadêmico ter se familiarizado com a Metodologia e a Teoria do Design e também estar mais amadurecido para a importância do Design Receptivo, no quinto período vai ser-lhe incentivada a prática do Design. As disciplinas oferecidas neste período

são eminentemente práticas e vão levar o aluno a se utilizar dos conhecimentos adquiridos até aqui na execução de projetos mais complexos e que comecem a se preocupar muito mais com o mercado.

Claro que as disciplinas ofertadas não são somente práticas, mas suas ementas remetem o aluno para a observação prática do Design Receptivo. O lado humano do cliente continua a ser observado com disciplinas como Ergonomia Cognitiva e Psicologia, o lado teórico do Design com Fabricação e Marketing também está presente, mas as disciplinas de Multimídia e, principalmente, Projeto do Produto e Laboratório de Materiais e Modelos vão remeter o aluno para a verdadeira prática do Design.

A prática do Design Receptivo neste período é proporcionada com temas de Projetos voltados para equipamentos eletro-eletrônicos de utilização em ambientes turísticos. Como o *grupo de decisores* mesmo sugeriu, existe um amplo mercado de equipamentos de uso em Restaurantes, Hotéis, Parques Temáticos e até mesmo na Microinformática dedicada ao Turismo. Na Pesquisa de Campo ficou bem claro, na resposta dos especialistas, que existe uma carência de equipamentos deste tipo, exclusivos ou , no mínimo, que possam ser adaptados ao uso específico do Turismo.

Projeto do Produto III

Conceituação, criação e desenvolvimento de projetos de produtos industrializáveis. Elementos de comunicação de projeto.

Aulas teóricas: 15 H/A

Aulas práticas: 45 H/A

Multimídia I

História da fotografia. Câmaras fotográficas. Formato e padrão de negativos. Laboratório fotográfico. Material fotossensível. Estudo de fotogramas e sua obtenção sobre papel. Estudo da luz. Objetivas fotográficas. Obturadores. Revelação de filmes P/B. Ampliação de filmes P/B.

Aulas teóricas: 15 H/A

Aulas práticas: 45 H/A

Ergonomia Cognitiva I

Introdução à Ergonomia Cognitiva. Desenvolvimento do conhecimento humano. Memória a curto e longo termo.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

Fabricação

Metrologia, padronização, acabamento superficial. Processos de fabricação por fundição, conformação, usinagem, injeção e tecelagem. Processos de tratamento térmico.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

Psicologia

Teoria da Percepção e Teoria de Gestalt. Conhecimento dos processos perceptivos e cognitivos em Design, com especial atenção a motividade e produtividade. Aplicações práticas e estudos de caso.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas:

Marketing

Embasamento teórico do Marketing. Mercado e comportamento do consumidor. Técnicas de pesquisa e gerenciamento de Marketing. A influência do Marketing na criação de novas famílias de objetos e produtos.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas:

Laboratório de Materiais e Modelos I

Pesquisa e experimentação de materiais aplicados no Design - Papel, papelão, madeira e metal. Execução de modelos de média complexidade.

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 60 H/A

VIº PERÍODO

Neste período o aluno é invocado a praticar muito mais as metodologias projetuais e começa também a se preocupar com situações do cotidiano do Design como a ética, a legislação e a própria administração de um escritório de Design. Atualmente o mercado de trabalho é muito exigente e competitivo, por isso o curso se preocupa em preparar e incentivar os acadêmicos para ter seu próprio negócio.

Como o Design Receptivo é uma coisa nova em nosso país, com certeza a criação de escritórios de Design, com esta vocação, gerarão um grande potencial econômico no decorrer dos próximos anos. Disciplinas como Design Management, Legislação, Normas e Ética Profissional e Fabricação dão ao aluno maior capacidade de interpretar as necessidades do mercado e coragem de empreender em Design.

A disciplina de Multimídia, neste semestre começa a se preocupar com técnicas mais avançadas de fotografia e leva o aluno a projetar novas tecnologias desenvolvendo projetos voltados para a área de informática de empresas turísticas e de lazer. O virtual pode ser considerado como uma das práticas a ser mais explorada pelos novos Designers.

Projeto do Produto IV

Conceituação, criação e desenvolvimento de projetos de produtos industrializáveis. Elementos de comunicação de projeto.

Aulas teóricas: 15 H/A

Aulas práticas: 45 H/A

Multimídia II

Noções de sensitometria, filtros fotográficos e suas aplicações. Tipos de iluminação. Equipamentos para foto-acabamento. Fotografia digital. Técnicas de laboratório. Técnicas de fotomontagem.

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 60 H/A

Ergonomia Cognitiva II

Atividades sensoriais e cognitivas no tratamento de informações para a resolução de problemas. A Cognição como instrumento para resolução de problemas de Design.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

Fabricação II

Máquinas e equipamentos para produção industrial. Elementos de máquinas. Estudo de viabilidade de fabricação de produtos de Design.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

Legislação, Normas e Ética Profissional

Introdução ao Direito do Trabalho no campo social, nas relações de emprego e sua aplicação ao profissional da área técnica. Objeto da ética. Relação entre ética e outras ciências. Práxis espontânea e intencional. Análise das principais questões éticas no Design. Conduta profissional do Designer.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas:

Gestão do Design I

Tipos de Empresas. Planejamento administrativo. Conceitos de gestão. Estrutura das organizações. Contabilidade gerencial. Características e tipos de controle.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas:

Laboratório de Materiais e Modelos II

Pesquisa e experimentação de materiais, aplicados no Design - Cerâmica, gesso e polímeros. Execução de modelos e protótipos.

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 60 H/A

VIIº PERÍODO

Entrando agora no último ano da primeira habilitação, o principal objetivo do curso é o mercado. O tema de Projeto deve ser livre, apenas com o objetivo de ter como enfoque principal o Turismo. As disciplinas deste período darão muito apoio ao TCC (Trabalho de Conclusão do Curso).

O cinema e o vídeo deve ser colocado como forma de melhor apresentação e argumento de venda dos produtos desenvolvidos. Também, devido à grande preocupação do *grupo de decisores*, o meio ambiente aparece como disciplina de fundamental importância para desenvolver nos alunos os novos paradigmas do Design .

Neste período o aluno deve preparar o seu TCC deixando a execução do projeto para o próximo. Todas as pesquisas do TCC devem ser feitas nesta fase do curso. Deve haver, pelos docentes, um incentivo pela leitura e pela pesquisa nos alunos que, nesta época, já estão preparando-se para desenvolver esta atividade.

Projeto do Produto V

Concepção, desenvolvimento, projeto e elementos de Design aplicados à produção industrial regional. Execução de Projetos de Produto. Trabalho de conclusão do curso.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas: 90 H/A

Multimídia III

História do Cinema e do Vídeo. Recursos da linguagem do cinema e do vídeo. Câmaras e formatos de vídeo. Storyboard. Roteiro. Figurino. Locações. Produção de vídeo.

Aulas teóricas: 15 H/A

Aulas práticas: 45 H/A

Gestão do Design II

Empresas de Design. Estudos de casos. Lançamento de novos produtos. Avaliação de novas tendências de mercado. Conduta profissional do empreendedor de Design.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas:

Sistemas de Produção I

Qualidade - JIT, ISO 9000 e outros.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

Design e Meio Ambiente I

Ecologia. Materiais recicláveis. Sistemas de produção e reciclagem de materiais. Novas tendências de Design.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas:

Estágio em Projeto do Produto I

Estágio em empresa na área de desenvolvimento de novos produtos, serviços ou tecnologias.

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 120 H/A

VIIIº PERÍODO

No último período da primeira habilitação o aluno deve estar preparado para o mercado do Design Receptivo. Neste período o TCC deve entrar na fase de conclusão e para isso as disciplinas acessórias dedicaram uma grande parte de seu tempo no apoio à disciplina de Projeto do Produto.

A disciplina de Gestão do Design deve preparar o aluno para o mercado e deixá-lo pronto para descobrir as brechas e as falhas de produtos e serviços do mercado turístico. Como ele pode apenas optar por uma habilitação, o estágio deve ser concluído com

sucesso e dentro da área de atuação plena do Designer. A Oficina Acadêmica de Design (Escritório Modelo do Curso) deve proporcionar prática profissional ao acadêmico.

Projeto do Produto VI

Concepção, desenvolvimento, projeto e elementos de Design aplicados à produção industrial regional. Execução de Projetos de Produto. Trabalho de Conclusão do Curso.

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 120 H/A

Multimídia IV

Recursos especiais - trucagem. Edição e montagem. Efeitos sonoros. Titulação - gerador de caracteres. Computação aplicada à montagem. Pós-montagem. Apresentação de trabalhos.

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 60 H/A

Gestão do Design III

Aplicação prática de administração em Design. Escritório Modelo. Empresa Júnior.

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 30 H/A

Sistemas de Produção II

P.C.P. - Planejamento e Controle da Produção. Aplicações em Design.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

Design e Meio Ambiente II

ISO 14000. Aspectos regionais do Design. Valorização do ser humano e de suas culturas e tradições. Aldeia humana.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas:

Estágio em Projeto do Produto II

Estágio em empresa na área de desenvolvimento de novos produtos, serviços ou tecnologias.

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 120 H/A

IXº PERÍODO (Optativa para Habilitação Design Gráfico)

A partir deste semestre deve haver uma mudança radical no modo de pensar dos acadêmicos. A principal diferença entre o produto e o gráfico é a tridimensionalidade. Nesta fase do curso o Design Receptivo entra de outra forma: principalmente na sinalização e programação visual de locais turísticos.

O *grupo de decisores* deixou bem claro que a padronização da programação visual de hotéis, restaurantes, parques e até mesmo de cidades turísticas é muito importante, por isso neste período, no qual o aluno já tem que se preocupar com seu TCC da segunda habilitação, deve haver uma grande preocupação com o lado técnico da programação visual

A disciplina de multimídia dá grande ênfase à computação gráfica voltada à produção de material digital para a indústria do Turismo. Nesta fase, para melhorar a qualidade do futuro profissional, é colocada a disciplina de tecnologia da embalagem, na qual se dará atenção especial a embalagens que estejam voltadas para o Receptivo (alimentos, produtos de toalete, entre outros).

Projeto Gráfico I

Metodologia e desenvolvimento de projetos gráficos. Tipologia, logotipia e simbologia. Elaboração de manuais de identidade. Aspectos regionais na programação visual.

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 120 H/A

Multimídia V

Tipos de arquivos gráficos e softwares de conversão. Aquisição de imagens por meio de scanner. Edição e correção de imagens. Modelamento em 2D/3D. Aquisição e mapeamento de texturas. Animação em 2D e 3D. Gravação e edição de som por computador

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 120 H/A

Materiais e Processos Gráficos

Estudo dos materiais e técnicas utilizadas na indústria gráfica. Processos de impressão e gravação. Serigrafia. Gravura. Tipografia. Off-set. Linotipia. Litografia. Flexografia. Tampografia. Compugrafia.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

Tecnologia da Embalagem

Técnicas de desenvolvimento de embalagens. Meios de produção, materiais, processos, novas tendências e reciclagem.

Aulas teóricas: 30 H/A

Aulas práticas: 30 H/A

Estágio em Programação Visual I

Estágio em empresa de Programação Visual.

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 120 H/A

Xº PERÍODO (Optativa para Habilitação em Design Gráfico)

A segunda habilitação se conclui com o estágio e o TCC em Design Gráfico e a habilidade a ser desenvolvida neste período final do curso é o WEB Design (Design para Internet), na qual o aluno deverá desenvolver material digital para empresas de Turismo (*Home pages* e comércio eletrônico).

Neste período o aluno tem noções de direção de arte para atuar em agências de publicidade, televisão e também estúdios de Design gráfico.

Terminando este período, com certeza, o aluno deve estar apto para trabalhar com as duas principais habilidades do Designer: o Design Industrial e o Design Gráfico. O profissional formado deve ser completo, porém com uma habilidade especial para o Design Receptivo.

Projeto Gráfico II

Metodologia e desenvolvimento de programas de identidade visual aplicados a produtos industriais e sistemas de produtos industrializados, a eventos culturais e a grandes corporações. Trabalho de conclusão do curso.

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 120 H/A

Multimídia VI

Recursos de apresentação em Multimídia. *Softwares* de desenvolvimento de Multimídia. WEB Design (Criação de *Home Pages*).

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 120 H/A

Produção e Análise Gráfica

Terminologia gráfica. Técnicas de elaboração de leiaute e arte final. Composição de textos. Princípios de diagramação e paginação. Princípios de direção de arte. Custos e orçamentos gráficos.

Aulas teóricas: 60 H/A

Aulas práticas:

Estágio em Programação Visual II

Estágio em empresa de Programação Visual.

Aulas teóricas:

Aulas práticas: 120 H/A

Muitas disciplinas colocadas nessa proposta são acessórias para o melhor desenvolvimento do conjunto Design Receptivo. Por isso, muitas delas, não foram mencionadas como apoio a proposta pedagógica e curricular, não tirando assim sua importância e necessidade no contexto.

CAPÍTULO 5

CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

5.1 Conclusões e Recomendações

Quando do início deste trabalho à proposta era de dentro das Novas Diretrizes Curriculares para o Ensino Superior em Design, apresentada pela CEEDesign do MEC/SESu, desenvolver uma proposta curricular para o ensino de Design Receptivo. Este intuito foi conseguido através da avaliação de um *grupo de decisores* de profissionais envolvidos com ensino, Design e Turismo.

Nos objetivos do trabalho ficou bem clara a preocupação com a qualidade do ensino e a busca da expertise em Turismo como ênfase para estudos em Design. Na observação das Novas Diretrizes encontrou-se dificuldades em se estabelecer uma fusão de disciplinas de Turismo com disciplinas de Design, por isso, optou-se pelo desenvolvimento de uma proposta pedagógica que envolvesse as necessidades profissionais do Turismo com as necessidades acadêmicas do Design. Fazendo esta relação tornou-se possível desenvolver uma proposta coerente e dentro das Novas Diretrizes.

Para efetuar a combinação das necessidades o *grupo de decisores* forneceu informações importantes quando comentou o questionário de 54 questões, que inicialmente parecia longo ainda deixou de fora informações que só foram conseguidas com a prática e revisão bibliográfica que já se tinha feito no capítulo 2. Porém, apesar da demora na devolução dos questionários (alguns levaram mais de três meses para serem devolvidos), os resultados obtidos só demonstraram a qualidade e comprometimento do *grupo de decisores* como objetivo do trabalho.

A principal conclusão a que se chega é que a implantação das novas Diretrizes Curriculares é viável e pode, tomando-se as devidas informações, ser praticada na sua mais ampla forma com Núcleo Comum, Habilitação e Ênfase. Qualquer escola pode se utilizar de um método como o aqui apresentado e propor um currículo com a ênfase que for de sua expertise.

5.2 Sugestão para Trabalhos Futuros

- Avaliar o desempenho do curso de Design Receptivo implantado na UNIVALI para descobrir erros e acertos do trabalho ora apresentado;
- Desenvolver um estudo em outra expertise para revalidar a metodologia envolvida e ratificar a importância das Novas Diretrizes Curriculares do MEC/SESu;
- Ampliar o estudo, em forma de Tese, para uma região de abrangência maior que o Litoral Norte Catarinense, podendo ser o Mercosul ou região que o valha, observando mais características e propondo um currículo mais amplo e dirigido que pode se transformar em um Mestrado de caráter internacional;
- Avaliar dentro de cinco ou mais anos a forma de atuação dos egressos do curso de Design Receptivo implantado na UNIVALI.

5.3 Considerações Finais

O Design tem a obrigação de apoiar todas as atividades de Projeto e Desenvolvimento e por isso está muito ligado a atividade da Engenharia da Produção. Discutir uma proposta pedagógica para o Design leva também a discussão da grande importância da interdisciplinaridade.

Aproximar o Design da Engenharia de Produção e dos processos de gestão é uma tarefa árdua que deve começar no meio acadêmico. Essa pesquisa demonstra a viabilidade da interdisciplinaridade entre áreas antigamente estanques como o Turismo e o Design. Só mesmo dentro da Engenharia de Produção que aplica a interdisciplinaridade como objeto principal de atuação de seu profissional poderia ocorrer uma pesquisa dessa natureza.

O Design Receptivo contribui para a Engenharia de Produção à medida em que os profissionais de Design possam atuar como elementos integradores da Engenharia com o Turismo, nos aspectos de gestão, produção e pesquisa entre outros.

A aplicação desse trabalho se mostra viável à medida em que já na Universidade do Vale do Itajaí, no seu Campus II de Balneário Camboriú, alunos do Curso de Design estão participando do processo de implantação de um curso nos moldes do apresentado na pesquisa. Os resultados estão sendo melhores que o esperado e evocam a necessidade de uma pesquisa mais aprofundada do assunto, gerando inclusive um tema para Tese de Doutorado.

Com as novas Diretrizes Curriculares do MEC prestes a serem aprovadas pelo CNE, esse trabalho se mostra de grande importância para meio científico-pedagógico. A proposta apresentada pode revolucionar o ensino de Design e de Turismo, duas áreas em grande ascensão.

Finalmente pode-se dizer que Design Receptivo como proposta pedagógica cria um novo mercado, tanto educacional como profissional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASHBY, M.F. *Materials Selection in Mechanical design*. Pergamon, Press. 1992.
- ANDRADE, José Vicente de. *Turismo: Fundamentos e dimensões*. São Paulo: Editora Ática, 1998
- BACK, Nelson. *Metologia de projeto de produtos industriais*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1983.
- BARRETO, Margarita. *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. Campinas , SP: Papirus, 1995. (Coleção Turismo)
- BEHRENS, Marilda A. *Formação continuada dos professores e a prática pedagógica*. Curitiba: Champagnat, 1.996.
- BONSIEPE, Gui. *Design do material ao digital*. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997. 192 p.
- BRASIL. Conselho Federal de Ensino. Parecer nº 63 de 29 de janeiro de 1987. Proposta de currículo mínimo para o curso de Desenho Industrial. Brasília, 2 jun. 1987.
- _____. *Diretrizes educacionais para o ensino de graduação em Design*. CEE/Design/SESu/MEC. Comissão de Especialistas de Ensino de Design / Secretaria de Educação Superior / Ministério da Educação e do Desporto.
- BURDEK, Bernhard. E. *Diseño: história, teoria y practica del diseño industrial*. Barcelona: G. Gili, 1994.

- BURRUS, D. & GITTINES, R. *Technotrends* – Como usar a tecnologia para passar a frente de sus concorrentes. Rio de Janeiro: Campus, 1994.
- CERVO, Amado Luiz e BERVIAN, Pedro Alcino. *Metodologia científica*: para uso dos estudantes universitários . 3. ed. São Paulo McGraw-Hill do Brasil, 1983.
- COUTO, Rita Maria de Souza. *Algumas reflexões para implantação das diretrizes curriculares em Bacharelados em Design*. In: Anais 9º ENESD Encontro Nacional de Ensino Superior de Design. Pag. 57 – 70.
- FERROLI, P.C.M. *Projeto para o meio ambiente*: uma nova preocupação do projetista. Florianópolis: UFSC. 1997. Universidade Federal de Santa Catarina.
- FINGER, Almeri Paulo et al. *Educação*: Caminhos e Perspectivas. Curitiba: Champagnat, 1996. 180 p.
- FONTOURA, Antônio Martiniano. *As manifestações pós-modernistas no Desenho Industrial e suas repercussões no ensino do Projeto do Produto*. Curitiba: PUC-PR, 1997. Dissertação (Mestrado em Educação) – Centro de Teologia e Ciências Humanas. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
- GALBRAITH, J. K. *A sociedade justa*: uma perspectiva humana. Rio de Janeiro: Campus, 1996.
- LIBRELOTTO, Lisiane Ilha. *O custo global da habitação*: um estudo de caso na grande Florianópolis. Florianópolis: UFSC, 1999. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Área de Concentração: Avaliação e Inovação Tecnológica. Universidade Federal de Santa Catarina.
- MALAGUTI, C. *Ecologia com Design*. Arc Design, Quadrifolio Editora: Barueri – SP. 1997.
- MICHAELIS: *moderno dicionário da língua portuguesa*. São Paulo: Companhia Melhoramentos, 1998.

MORAES, Dijon de. *Limites do design*. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

NIEMEYER, Lucy. *Desenvolvimento e modernismo: implicação para o ensino de design na ESDI*. Niterói, 1995. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal Fluminense.

NIEMEYER, Lucy. *Design no Brasil: origens e instalação*. Rio de Janeiro, 2AB, 1997. 126 p.

OLESEN, J. & KRLDMANN T. *Design for environment – A Framework*. ICED'93, The Hague, August 17-19, 1993.

PETERS, T. *A busca do UAU!*. São Paulo: Editora Harbra Ltda., 1997.

PINHO, José Benedito. *O poder das marcas*. Coleção Novas Buscas em Comunicação: v.53. São Paulo: Summus, 1996.

POPCORN, Faith. *Click/Faith Popcorn, Lys Marigold*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

PUC-PR. *Manual do Curso de Desenho Industrial*. Pontifícia Universidade do Paraná.

Revista da Aldeia Humana. Organizado por Alexandre Manu. Florianópolis: SENAI/LBDI, 1995.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. *Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente*. Campinas, SP: Papirus, 1997. (Coleção Turismo)

SOUZA, Pedro Luiz Pereira de. *Notas para uma história do design*. Rio de Janeiro: 2AB, 1998. 92 p.

STRUNCK, Gilberto. *Viver de design*. Rio de Janeiro: 2AB, 1999. 156 p.

TEIXEIRA. Joselena de Almeida. *Materiais em Design*.: Curitiba – PR: CEFET – PR, 1999.

- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Turismo e qualidade: *Tendências contemporâneas*. Campinas, SP: Papirus, 1993. (Coleção Turismo)
- TUBINO, Dalvio Ferrari. *Manual de Planejamento e controle da produção*. São Paulo: Atlas, 1997.
- TIBOR, T. *ISO 14000: um guia para normas de gestão ambiental*/Tom Tibor & Ira Feldman. São Paulo: Futura, 1996.
- UDESC. *Projeto de reforma curricular do Curso de Desenho Industrial*. Universidade do Estado de Santa Catarina. 1997.
- UEL. *Manual do Curso de Desenho Industrial*. Universidade Estadual de Londrina.
- UFPR. *Manual do Curso de Desenho Industrial*. Universidade Federal do Paraná.
- UNOPAR. *Manual do Curso de Desenho Industrial*. Universidade do Norte Paranaense.
- UTP. *Projeto de Implantação do Curso de Desenho Industrial*. Universidade Tuiuti do Paraná. 1997.
- VAN DER HORST, T. J. J. & ZWEERS, A. *Environmentally oriented product development: various approaches to success*. ICED'93, The Hague, August 17 – 19, 1993.
- VILLAS-BOAS, André. *O que é [e o que nunca foi] design gráfico*. Rio de Janeiro: 2AB, 1998. 2ª . ed. 72 p.
- _____. *Utopia e disciplina*. Rio de Janeiro: 2AB, 1998. 150 p. (Série Design)
- WURMAN, Richard Saul. *Ansiedade de Informação: Como transformar informação em compreensão*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1991.

ANEXO 1

**Ministério da Educação e do Desporto
Secretaria de Educação Superior**

Comissão de Especialistas de Ensino de Design

CEEDesign/SESu/MEC

DIRETRIZES EDUCACIONAIS PARA O ENSINO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN

1. APRESENTAÇÃO

Para o desenvolvimento das diretrizes educacionais para o ensino de graduação em Design a CEEDesign adotou o seguinte método de trabalho:

- Realização do I Fórum de Dirigentes de Cursos de Desenho Industrial em abril de 1997, em Recife, com a participação de Instituições de Ensino Superior, a Associação de Ensino de Design do Brasil - AEnD-BR e 4 Associações Independentes. Neste evento foram apresentados temas relativos ao ensino e pesquisa em Design que permitiram aos participantes a geração de um primeiro esboço sobre o perfil, as competências e habilidades do profissional em Design, bem como a definição das áreas de conhecimento envolvidas na formação do profissional;
- Realização do II Fórum de Dirigentes de Cursos de Desenho Industrial, durante o VII Encontro Nacional de Ensino Superior de Design - ENESD, em novembro de 1997, em Curitiba, com a participação de Instituições de Ensino Superior, a Associação de Ensino de Design do Brasil - AEnD-BR e do Conselho Nacional dos Estudantes de Design - CONE Design. Neste estágio foi possível determinar um modelo básico que relaciona quatro grandes áreas de conhecimento relativas à formação do Designer: fundamentação, planejamento e configuração, sistemas de utilização e sistemas de produção;
- Realização do III Fórum de Dirigentes de Cursos de Desenho Industrial, durante o VIII Encontro Nacional de Ensino Superior de Design - ENESD, em novembro de 1998, no Rio de Janeiro, com a participação de Instituições de Ensino Superior e da Associação de Ensino de Design do Brasil - AEnD-BR. Com a realização do III Fórum de Dirigentes o

modelo básico anteriormente desenvolvido recebeu pequenos ajustes de modo a atender às diferentes demandas enviadas por escrito a *CEEDesign*.

É importante ressaltar que todo o processo de desenvolvimento das diretrizes educacionais para a área do Design contou com a participação e aval de representantes de expressiva parcela da comunidade acadêmica (docentes e discentes) e da AEnD-BR (Associação de Ensino de Design do Brasil).

2. PERFIL, COMPETÊNCIAS E HABILIDADES DO PROFISSIONAL EM DESIGN

O Designer é um profissional que se ocupa do projeto de sistemas de informações visuais, objetos e/ou sistemas de objetos de uso através de enfoque interdisciplinar. No desenvolvimento de seus projetos o Designer considera as características dos usuários e de seu contexto sócio-econômico-cultural, bem como o perfil, potencialidades e limitações econômicas e tecnológicas das unidades produtivas onde os sistemas de informação e objetos de uso serão fabricados. Para isso, deve apresentar os seguintes requisitos:

2.1 Capacidade criativa - deve ser capaz de propor soluções inovadoras pelo domínio de técnicas e processos de criação;

2.2 Domínio de linguagem - deve ser capaz de expressar os conceitos e soluções de seus projetos, tanto à mão livre como pelo uso de instrumentos, dominando as técnicas de expressão e reprodução visual através do emprego de diferentes medias;

2.3 Trânsito interdisciplinar - deve ser capaz de saber dialogar com especialistas de outras áreas de modo a utilizar conhecimentos diversos e atuar em equipes interdisciplinares na elaboração e execução de pesquisas e projetos;

2.4 Capacidade de conceituar o projeto - deve ter uma visão sistêmica do projeto pela combinação adequada de diversos componentes, materiais, processos de fabricação, aspectos ergonômicos, psicológicos e sociológicos do produto;

2.5 Conhecimento de aspectos de metodologia de projeto - deve dominar as etapas de desenvolvimento de projeto, a saber: definição de objetivos, técnica de coleta, tratamento e análise de dados, geração e avaliação de alternativas, configuração de solução e comunicação de resultados;

2.6 Visão setorial - deve ter conhecimento do setor produtivo de sua especialização (mobiliário, confecção, calçados, jóias, cerâmica, gráfico, embalagens, software etc), no que tange ao mercado, materiais, processos produtivos e tecnologias empregadas, além das potencialidades de seu desenvolvimento, principalmente no contexto regional;

2.7 Aspecto gerencial - deve ter noções de gerência de produção, incluindo qualidade, produtividade, arranjo físico de fábrica, estoques, custos e investimentos, além da administração de recursos humanos para a produção;

2.8 Aspectos sócio-econômicos - deve ter visão histórica e prospectiva, bem como consciência das implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais e éticas de sua atividade.

3. DIRETRIZES EDUCACIONAIS PARA O ENSINO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN

Como resultado dos três Fóruns promovidos pelas CEE*Design* e pela AEnD-BR em 1997 e 1998, além de contribuições individuais de especialistas na área de ensino de Design, ficou consensualmente acordado:

3.1 que se mantenha um núcleo básico comum de conteúdos do DESIGN, por área de conhecimento, seguido de habilitações e ênfases, quando for o caso;

3.2 que o núcleo básico comum de conteúdos seja dividido em quatro blocos:

Fundamentação: Estudo da história e das teorias do Design e de seus contextos filosóficos, sociológicos, antropológicos, psicológicos, artísticos, assim como de outras relações usuário-objeto-meio ambiente;

Planejamento e Configuração: Estudo de métodos & técnicas de projeto e pesquisa, meios de representação, comunicação e informação;

Sistemas de Utilização: Estudo das relações usuário-objeto, incluindo aspectos bio-fisiológicos, psicológicos, sociológicos, filosóficos e outros;

Sistemas de Produção: Estudo de materiais, processos, gestão e outras relações com a produção e o mercado.

3.3 que o conjunto formado pelo núcleo básico comum de conteúdos, pelo conteúdo das habilitações e das ênfases, esquematizado abaixo, não seja entendido como uma composição de blocos de conteúdos fechados e separados e, conseqüentemente, trabalhados de forma linear e compartimentada dentro dos currículos plenos dos cursos;

Núcleo Básico Comum (Obrigatório Fixo)	Habilitação (Obrigatório Variável)	Ênfase (Optativo)
<i>Fundamentação Planejamento e Configuração</i> <i>Sistemas de Utilização</i> <i>Sistemas de Produção</i>	<i>Produto/Industrial</i> <i>Comunicação Visual</i> <i>Interface</i> <i>Moda/Vestuário</i> <i>Interiores</i> <i>Paisagismo</i> <i>e/ou/n</i>	<i>De acordo com a expertise de cada curso</i>

3.4 que o núcleo básico comum de conteúdos do DESIGN, complementado pelas habilitações e/ou ênfases, seja entendido como indicação de áreas de conhecimento a serem desenvolvidas e não como matérias e/ou disciplinas pré-determinadas, como estabelecido no currículo mínimo em vigor;

3.5 que os currículos plenos dos cursos de Design do Brasil sejam compostos em função do núcleo básico comum;

3.6 que a carga horária mínima recomendável dos cursos de Design seja de 3200 horas. O currículo pleno dos cursos não deve exceder a 50% do total de carga horária (Núcleo Comum e Habilitação);

3.7 Ficará a critério das instituições incentivar e estabelecer a carga horária máxima de participação do estudante em atividades extradisciplinares, tais como projetos de pesquisa, estágios, monografias e/ou projetos de conclusão de cursos e demais atividades que integrem o saber acadêmico à prática profissional valorizando, também, as habilidades e competências adquiridas fora do ambiente escolar, desde que não ultrapasse o limite de 50% da carga total de horas do curso, conforme item 3.6;

3.8 que os currículos plenos dos cursos considerem a possibilidade da educação especial e dos cursos sequenciais previstos no Artigo 44, inciso I, da LDB.

Rio de Janeiro, janeiro de 1999.

Rita Maria de Souza Couto
Coordenadora da CEE*Design*/SESu/MEC

Flavio Vinicius Cauduro

Gustavo Amarante Bomfim

ANEXO 2

Questionário

Por favor, responda o questionário que segue levando em conta às necessidades dos seus clientes, de forma que a Universidade possa oferecer a seus alunos conhecimento suficiente para melhorar a qualidade de atendimento de seu estabelecimento e de tudo que envolve o Turismo na região do vale do Itajaí, por favor, comente as questões quando achar necessário:

A forma da resposta aplicará valores pela importância ou não do item de acordo com a seguinte tabela:

1	<i>Sem importância</i>
2	<i>Pouco importante</i>
3	<i>Importante</i>
4	<i>Muito importante</i>
5	<i>Importantíssimo</i>

Exemplo: A durabilidade dos móveis (leve em conta o preço dos móveis e sua possível troca para mudança constante da decoração)?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Se você acha que é importante que os móveis sejam duráveis mesmo sabendo que a durabilidade dele influa na sua decisão da troca de decoração freqüente do seu estabelecimento.

01. A cor dos ambientes nos hotéis:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

02. A cor dos ambientes em restaurantes, bares e afins:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

03. O Design dos aparelhos de jantar (pratos, talheres, copos, xícaras, etc.).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

04. O conforto de usuário de restaurantes fast food:

05. O conforto de usuário de restaurantes convencionais:

06. O espaço dos quartos de hotéis:

07. A qualidade mobiliário dos quartos de hotéis:

08. A personalização do mobiliário dos quartos de hotéis:

09. O incremento de tecnologia nos equipamentos (frigobar, aparelho de TV, som, etc.) de quartos de hotéis:

10. A quantidade de sinalização de cidades turísticas:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

11. As cores na sinalização de cidades turísticas:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

12. A padronização da sinalização dentro de uma mesma região turística:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

13. O patrocínio da sinalização de cidades turísticas:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

14. A padronização de programação visual em ambientes turísticos (hotéis, restaurantes, parques, etc.):

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

15. A sinalização indicativa de acesso a pontos turísticos:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

16. A sinalização temática em parques:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

17. A beleza dos equipamentos de cozinha em bares e restaurantes:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

18. A durabilidade dos equipamentos de cozinha em bares e restaurantes:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

19. As cores dos equipamentos de cozinha em bares e restaurantes:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

20. A beleza estética de cardápios:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

21. As cores em cardápios:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

22. A personalização de equipamentos de banheiros (pisos, azulejos e metais):

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

23. O uso de uniformes pelos funcionários de ambientes turísticos:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

24. O uso de equipamentos urbanos (bancos, lixeiras, pontos de ônibus, relógios, etc.)

voltados para as especificidades locais:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

25. As cores no transporte coletivo:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

26. A Personalização do transporte de ambientes turísticos:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

27. A Personalização do transporte coletivo:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

28. O desenvolvimento de veículos (carros, motos, trailers, bicicletas, etc.) exclusivos para turistas:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

29. O Design na arrumação de pratos (alimentos no prato):

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

30. As cores na coquetelaria:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

31. A beleza estética na coquetelaria.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

32. A beleza estética nos equipamentos de buffet:

33. A qualidade dos equipamentos de buffet:

34. A programação visual de quiosques e bancas:

35. O Design de quiosques e bancas:

36. A criação de equipamentos de informática desenhados exclusivamente para a área de
Turismo e Hotelaria:

37. A multimídia (informática) como elemento divulgador do Turismo:

38. A multimídia (informática) como elemento facilitador do Turismo:

39. O uso da internet como publicidade turística:

40. O uso da internet como banco de dados para a indústria do Turismo:

41. A adaptação dos equipamentos de trabalho aos funcionários da indústria do Turismo:

42. A praticidade nos equipamentos de viagens (malas, bolsas, mochilas etc.):

43. As cores nos equipamentos de viagens (malas, bolsas, mochilas etc.):

44. O incremento de tecnologia nos equipamentos de camping:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

45. O conforto nos equipamentos de camping:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

46. O uso de equipamentos modernos nas áreas de camping:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

47. A ergonomia como parâmetro para desenvolvimento de produtos turísticos:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

48. O conforto no vestuário do turista:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

49. O desenvolvimento de equipamentos de fotografia e vídeo adaptados ao turista:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

50. A criação de brinquedos exclusivos em parques temáticos:

1

2

3

4

5

51. A segurança de turistas em parques temáticos:

1

2

3

4

5

52. A preocupação com ergonomia em parques temáticos:

1

2

3

4

5

53. A formação de Designers preocupados com a indústria do Turismo:

1

2

3

4

5

54. O uso do Design na indústria do Turismo e Hotelaria:

1

2

3

4

5

ANEXO 3

HABILITAÇÃO EM DESIGN INDUSTRIAL**Tabela 4.2 – Proposta da grade curricular para o Iº Período**

Disciplinas	Carga Horária			
	Teórica		Prática	
	Créd.	H/A	Créd.	H/A
Metodologia do Projeto do Produto I	02	30	02	30
Metodologia Visual I	02	30	02	30
Desenho Geométrico	01	15	03	45
Matemática	04	60	-	-
Desenho de Apresentação e Observação	01	15	03	45
História da Arte e da Tecnologia	04	60	-	-
SUB-TOTAL	14	210	10	150

Tabela 4.3 – Proposta da grade curricular para o IIº Período

Disciplinas	Carga Horária			
	Teórica		Prática	
	Créd.	H/A	Créd.	H/A
Metodologia do Projeto do Produto II	01	15	03	45
Metodologia Visual II	01	15	03	45
Geometria Descritiva	04	60	-	-
Estatística	04	60	-	-
Desenho Técnico	02	30	02	30
História da Arte e da Tecnologia	04	60	-	-
SUB-TOTAL	16	240	08	120

Tabela 4.4 – Proposta da grade curricular para o IIIº Período

Disciplinas	Carga Horária			
	Teórica		Prática	
	Créd.	H/A	Créd.	H/A
Projeto do Produto I	01	15	03	45
Expressão I	01	15	03	45
Ergonomia I	04	60	-	-
Computação Gráfica I	-	-	04	60
Materiais e Processos	04	60	-	-
Semiótica I	02	30	-	-
Física	02	30	-	-
SUB-TOTAL	14	210	10	150

Tabela 4.5 – Proposta da grade curricular para o IVº Período

Disciplinas	Carga Horária			
	Teórica		Prática	
	Créd.	H/A	Créd.	H/A
Projeto do Produto II	01	15	03	45
Expressão II	01	15	03	45
Ergonomia II	02	30	02	30
Computação Gráfica II	-	-	04	60
Materiais Expressivos e Técnicas de Utilização	02	30	02	30
Semiótica II	02	30	-	-
Sociologia	02	30	-	-
SUB-TOTAL	10	150	14	210

Tabela 4.6 – Proposta da grade curricular para o Vº Período

Disciplinas	Carga Horária			
	Teórica		Prática	
	Créd.	H/A	Créd.	H/A
Projeto do Produto III	01	15	03	45
Multimídia I	01	15	03	45
Ergonomia Cognitiva I	04	60	-	-
Fabricação I	04	60	-	-
Laboratório de Materiais e Modelos I	-	-	04	60
Psicologia	02	30	-	-
Marketing	02	30	-	-
SUB-TOTAL	14	210	10	150

Tabela 4.7 – Proposta da grade curricular para o VIº Período

Disciplinas	Carga Horária			
	Teórica		Prática	
	Créd.	H/A	Créd.	H/A
Projeto do Produto IV	01	15	03	45
Multimídia II	-	-	04	60
Ergonomia Cognitiva II	04	60	-	-
Fabricação II	04	60	-	-
Laboratório de Materiais e Modelos II	-	-	04	60
Legislação, Normas e Ética Profissional	02	30	-	-
Gestão do Design I	02	30	-	-
SUB-TOTAL	13	195	11	165

Tabela 4.8 – Proposta da grade curricular para o VIIº Período

Disciplinas	Carga Horária			
	Teórica		Prática	
	Créd.	H/A	Créd.	H/A
Projeto do Produto V	02	30	06	90
Multimídia III	-	-	04	60
Gestão do Design II	02	30	-	-
Sistemas de Produção I	04	60	-	-
Design e Meio Ambiente I	02	30	-	-
Estágio em Projeto do Produto I	-	-	08	120
SUB-TOTAL	10	150	18	270

Tabela 4.9 – Proposta da grade curricular para o VIIIº Período

Disciplinas	Carga Horária			
	Teórica		Prática	
	Créd.	H/A	Créd.	H/A
Projeto do Produto VI	-	-	08	120
Multimídia IV	-	-	04	60
Gestão do Design III	-	-	02	30
Sistemas de Produção II	04	60	-	-
Design e Meio Ambiente II	02	30	-	-
Estágio em Projeto do Produto II	-	-	08	120
SUB-TOTAL	06	90	22	330
TOTAL DESIGN INDUSTRIAL	97	1.455	103	1.545

HABILITAÇÃO EM DESIGN GRÁFICO (OPTATIVA)

Tabela 4.10 – Proposta da grade curricular para o IXº Período

Disciplinas	Carga Horária			
	Teórica		Prática	
	Créd.	H/A	Créd.	H/A
Projeto Gráfico I	-	-	08	120
Multimídia V	-	-	08	120
Materiais e Processos Gráficos	04	60	-	-
Tecnologia da Embalagem	02	30	02	30
Estágio em Programação Visual	-	-	08	120
SUB-TOTAL	06	90	26	390

Tabela 4.11 – Proposta da grade curricular para o Xº Período

Disciplinas	Carga Horária			
	Teórica		Prática	
	Créd.	H/A	Créd.	H/A
Projeto Gráfico II	-	-	08	120
Multimídia VI	-	-	08	120
Produção e Análise Gráfica	04	60	-	-
Estágio em Programação Visual	-	-	08	120
SUB-TOTAL	04	60	24	360
TOTAL DESIGN GRÁFICO	10	150	50	750
DESIGN INDUSTRIAL + DESIGN GRÁFICO	107	1.605	153	2.295